

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**імені В. Н. КАРАЗІНА**

**СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**  
Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
за темою:  
**ПРОПАГАНДА І ЇЇ РОЛЬ В УМОВАХ ВІЙНИ**

Виконала: студентка 4 курсу, групи ЗССК-44  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
спеціальності 054 Соціологія  
Кужель Владислава Василівна

Науковий керівник: доктор соціологічних наук, професор,  
Лисиця Надія Михайлівна

**ХАРКІВ – 2024**

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОПАГАНДИ У ВІЙСЬКОВИЙ ЧАС.....	6
1.1. Зміст поняття і теоретична сутність пропаганди .....	6
1.2. Класифікація пропаганди та характеристика її видів .....	10
1.3. Основні аспекти пропаганди у військовий час .....	15
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАКТИЧНОГО ВЕДЕННЯ ПРОПАГАНДИ В УМОВАХ ВІЙНИ .....	20
2.1. Аналіз засобів ведення військової пропаганди.....	20
2.2. Концепції ведення військової пропаганди.....	29
2.3. Аналіз головних принципів виготовлення і розповсюдження пропаганди.....	32
РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЗДІЙСНЕННЯ ВІЙСЬКОВОЇ ПРОПАГАНДИ У ЧАСІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	36
3.1. Основні концепції здійснення військової пропаганди у період російсько-української війни.....	36
3.2. Характеристика здійснення пропагандистських стратегій в період повномасштабного вторгнення РФ на територію України .....	51
ВИСНОВКИ .....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	58

## ВСТУП

Актуальність теми дослідження обґрунтована тим, що пропаганда відіграє значущу роль в сучасних конфліктах та війнах, як показали численні приклади у минулому та сучасності. Вона використовується різними сторонами конфліктів для маніпулювання думками, перекручування фактів та формування уявлень про суперників. У таких умовах важливо розуміти природу та механізми пропаганди, а також її вплив на суспільство, політичні процеси та міжнародні відносини. Пропаганда відіграє важливу роль у формуванні образу ворога, як загрози для суспільства, підкреслює негативні риси та злочини противника, що змушує громадян формувати певні висновки, підтримувати свою сторону та мобілізуватися для самозахисту та боротьби з противником. Часто пропагандистська риторика навмисно прикрашає чи перекручує факти, щоб викликати більше емоційної реакції у населення. Наукове дослідження в цій сфері має великий потенціал для розвитку. Існують численні дослідження вітчизняних та зарубіжних авторів, які вивчають різні аспекти пропаганди в контексті війни.

Зарубіжні дослідження, проводять аналіз інформаційних кампаній у зоні військових конфліктів, вивчають їхній вплив на населення та динаміку конфлікту. Вітчизняні дослідження зосереджуються на вивченні внутрішньополітичних та зовнішньополітичних аспектів пропаганди в контексті війни. У сучасному світі пропаганда також є важливим фактором впливу на громадську думку та утворення конфлікту. Умови війни надають пропаганді особливого контексту та значення. Військові дії сприяють активному використанню ЗМІ сторонами конфлікту для маніпулювання громадською думкою, мобілізації громадян та впливу на міжнародну спільноту. Сучасні технології, в тому числі соціальні мережі, зробили пропаганду більш доступною і поширеною. Це призвело до необхідності глибшого розуміння процесів, методів і наслідків пропаганди воєнного часу. Розуміння цього явища важливе для соціології комунікації, реклами та зв'язків з громадськістю, щоб ми

могли розробляти стратегії впливу, протистояти маніпуляціям та формувати критичне мислення громадян. Пропаганді та її ролі у воєнний час присвячена вітчизняна та зарубіжна література. Такі вчені, як Жак Еллюль, Вальтер Ліппман, Ноам Хомський, аналізували механізми пропаганди та її вплив на суспільно-політичні процеси. Вітчизняні дослідження, проведені відомими соціологами також розкрили аспекти використання пропаганди у воєнний час на прикладі національних та глобальних конфліктів. Однак існує потреба в постійних наукових дослідженнях цієї теми, оскільки сучасні технологічні та політичні реалії постійно змінюються і вимагають оновлення та розширення знань про пропаганду та її роль у воєнний час.

**Метою** роботи є аналіз засобів та механізмів пропаганди воєнного часу.

Для досягнення цієї мети вирішені такі завдання:

- досліджено теоретичні аспекти пропаганди воєнного часу.
- проаналізовано засоби та механізми воєнної пропаганди, в тому числі різні інструменти, прийоми та методи, що використовуються в цьому процесі.
- продемонстровано прийоми створення та поширення пропаганди, в тому числі процес створення та поширення військової інформації серед цільових аудиторій.

**Об'єктом** дослідження є процес організації пропаганди у воєнний час.

**Предметом** дослідження є пропаганда в політичному процесі, засоби та механізми пропаганди у воєнний час, зокрема в умовах російсько-української війни.

Для досягнення поставлених цілей були використані різні методи дослідження, зокрема метод аналізу і синтезу для формування загального уявлення про воєнну пропаганду, порівняння для виявлення відмінностей у веденні воєнної пропаганди в різних країнах і в різні історичні періоди, контент-аналізу нормативно-правових документів, спрямованих на боротьбу з пропагандою у воєнний час, спрямованих на боротьбу з ворожою пропагандою.

**Наукова новизна** роботи полягає в поглибленому аналізі механізмів військової пропаганди. Це включає вивчення способів розповсюдження

пропагандистських матеріалів, механізмів формування образу ворога, використання інформаційних технологій та психологічних прийомів для впливу на масову свідомість, що дозволяє виявити особливості та тенденції цього явища в контексті конкретного конфлікту.

Створення типології пропаганди є ще одним важливим аспектом дослідження. Це дозволяє класифікувати різні види пропаганди за їхніми цілями, методами та способами реалізації. Така типологія допомагає зрозуміти різноманітність пропагандистських практик та їх вплив на суспільство. Наукове розуміння ролі пропаганди у воєнних конфліктах має важливе теоретичне значення.

Навички та знання, отримані в результаті дослідження, мають практичне значення для різних сфер суспільного життя. Дослідження може надати практичні поради щодо розвитку медійної грамотності, критичного мислення та здатності аналізу інформації серед широкої громадськості.

Структура роботи зумовлена її метою та завданнями. Бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що містить 37 найменувань. Бакалаврська робота має 1 рисунок.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОПАГАНДИ У ВІЙСЬКОВИЙ ЧАС**

### **1.1. Зміст поняття і теоретична сутність пропаганди**

Пропаганда у військовий час - це не лише інструмент політичної боротьби, а й суттєвий елемент стратегії ведення військових дій. Зміст поняття і теоретична сутність пропаганди в цих умовах відображаються в її здатності маніпулювати масовою свідомістю, формувати уявлення про ворога та мотивувати суспільство до підтримки військових зусиль.

Пропаганда відображає стратегічні цілі війни та впливає на рішення політичних лідерів, військових командувачів та громадянського населення. Вона може використовуватися для мобілізації громадян, підвищення морального духу військових частин, деморалізації ворога та отримання підтримки від міжнародної спільноти.

Теоретичне значення пропаганди полягає в тому, що вона є складовою частиною інформаційної війни, що є не менш важливою, ніж збройні дії на полі бою. Вона відображає сучасні технології та підходи до ведення війни, а також відображає вплив інформації на розвиток військових конфліктів.

Пропаганда у військовий час не лише формує громадянську позицію, але й може впливати на міжнаціональні відносини, політичну стабільність та міжнародну безпеку. Таким чином, вона варта уваги та наукового дослідження для розуміння її ролі в сучасному світі.

Розвиток пропаганди як елементу військових методів комунікації набув особливого значення у 21 столітті. Агресія Росії проти України, включаючи анексію Криму та окупацію Донецької та Луганської областей, супроводжувалася потужною інформаційною складовою. Ця дезінформаційна кампанія є спланованою, ретельно скоординованою, націленою на різні аудиторії і є невід'ємною частиною військового конфлікту [1, с. 60].

Пропаганда є потужним інструментом впливу на громадську думку. У 20 столітті, позначеному світовими війнами, економічними та соціальними кризами і пануванням тоталітарних режимів, пропаганда стала важливим засобом впливу на громадську думку. Ці події призвели до викривленого та деформованого сприйняття суспільством правової реальності [3, с. 20].

Під час Першої та Другої світових війн поняття пропаганди набуло надзвичайного значення. З розвитком демократичних цінностей та становленням громадянського суспільства ЗМІ вийшли з-під повного контролю держави і перестали бути інструментом пропаганди. Принцип свободи слова та журналістські стандарти не дозволяють використовувати ЗМІ для пропаганди.

Тим не менш, пропаганда активно використовується в сучасному суспільстві, особливо в політичній сфері. Багато пропагандистських матеріалів часто містять перебільшення та брехню. Саме слово "пропаганда" походить від латинських слів "pro" (що означає "за" або "на користь"), "paganus" (що означає "язичник", "народ", "селянин", "простий" або "неосвічений") і "propagatio" (що означає "поширювати" або "звеличувати"). Таким чином, згідно з етимологією, "пропаганда" означає поширення інформації серед простих або неосвічених людей.[24, с. 225]

У релігійному контексті термін "пропаганда" використовується з 1622 року, коли у Ватикані було засновано Конгрегацію поширення віри. Однак у сучасному політичному контексті поняття "пропаганда" набуло популярності під час Першої світової війни [4, с. 96].

Чіткого визначення поняття "пропаганда" не існує, а різні джерела та дослідники по-різному підходять до його тлумачення. Згідно з одним із можливих визначень, пропаганда - це організована спроба вплинути на думки та погляди великої кількості людей, насамперед за допомогою символічних сигналів. Це особлива форма комунікації, спрямована на засвоєння або відкидання певної інформації з метою впливу на організацію, групу або окрему особу. Згідно з іншим визначенням, пропаганда - це поширення фактів, аргументів, чуток, напівправди і брехні з метою впливу на громадську думку.

Усі ці визначення підкреслюють, що пропаганда має на меті впливати на громадську думку та переконання через систематичне розповсюдження інформації, що може бути спрямовано на досягнення певних цілей чи впровадження певних поглядів. Пропаганда може використовувати різні методи та стратегії, включаючи емоційний вплив, вибіркоче представлення інформації та інші прийоми, які сприяють формуванню певного світогляду або підтримці певних ідей.

Пропаганда дійсно може бути дуже ефективним інструментом впливу на широку аудиторію, особливо якщо вона вдається використовувати відповідно до психологічних та комунікаційних принципів. Цей підхід дає можливість застосовувати методи дослідження, такі як кількісний контент-аналіз, для вивчення і аналізу пропагандистського матеріалу та його впливу на аудиторію [6, с. 25].

Варто враховувати, що в сучасному світі з розвитком інформаційних технологій і соціальних мереж пропаганда може бути більш непередбачуваною, і аудиторія може активно взаємодіяти з пропагандистськими повідомленнями, реагуючи на них та поширюючи їх. Тому вивчення пропаганди в сучасних умовах також вимагає урахування багатьох факторів, пов'язаних зі споживачами інформації.

Дослідження візуальної пропагандистської культури та її взаємозв'язку з ідентичністю і міфами важливо для розуміння того, як пропаганда може впливати на сприйняття та поведінку людей. Візуальні зображення і символи в пропаганді можуть викликати сильну емоційну реакцію та створювати асоціації між індивідом та тоталітарним міфом. Ця взаємодія може викликати зміни в уявленнях та переконаннях людей [5].

Докладно вивчаючи візуальний аспект пропаганди, дослідники можуть розкрити, як вона намагається впливати на ідентичність та свідомість аудиторії. Також важливо зрозуміти, які психологічні механізми використовуються для сприйняття пропаганди і які реакції ця пропаганда викликає в людей.

Пропаганда, в якості форми впливу, в основному користується засобами масової комунікації для поширення інформації або ідеології. Проте важливим

аспектом пропаганди є метод психологічного навіювання, що полягає в безпосередньому впливі на психологічний стан та переконання людей.

Пропаганда спрямована змінювати систему ідеологічних, соціальних і політичних відносин між людьми, і її мета полягає в створенні нових відносин або посиленні існуючих відносин.

Пропаганда, спрямована на дітей, може бути особливо ефективною через їхню емоційність та сприйняття, але також може мати негативний вплив на їх психофізичне здоров'я та формування особистості. Тому важливо розглядати питання про захист дітей від негативних інформаційних атак не лише на рівні індивідуальної безпеки, але і на рівні національної безпеки держави [7, с. 56].

Крім того, пропаганда може мати довготривалий вплив на формування особистості дитини та її поглядів на світ. Інформація та ідеології, які діти вбирають на ранніх стадіях свого розвитку, можуть суттєво вплинути на їхні цінності, переконання та поведінку в майбутньому.[8, с. 28].

Отже, пропаганда є складним явищем, яке може вплинути на дітей та їхню майбутню особистість, і важливо розрізнити її вплив на дітей та дорослих і вживати заходи для захисту вразливих членів суспільства від негативної інформації [11].

Проведення кількісних та якісних досліджень пропагандистської культури та її взаємозв'язку з ідентичністю та міфами відкриває широкі можливості для розуміння механізмів впливу пропаганди. Це дозволяє виявляти патерни у сприйнятті пропаганди різними групами суспільства та визначати ефективні стратегії протидії маніпуляціям.

Психологічні аспекти впливу пропаганди на аудиторію є ключовими для розуміння того, як пропаганда формує уявлення та ставлення людей до різних соціальних та політичних питань. Таким чином, дослідження пропаганди в сучасному світі вимагає інтеграції різноманітних підходів, включаючи психологічний, соціологічний та комунікаційний. Врахування цих пунктів дозволяє не лише краще розуміти природу пропаганди, але й розробляти ефективні стратегії протидії та захисту суспільства від її негативного впливу.

## 1.2. Класифікація пропаганди та характеристика її видів

Класифікація пропаганди у військовий час може бути здійснена залежно від різних критеріїв, таких як цільова аудиторія, засоби та методи впливу, способи поширення, а також мета та зміст повідомлень. Розглянемо основні типи пропаганди та їх характеристику:

1. **Ідеологічна пропаганда:** Цей тип пропаганди спрямований на поширення конкретної ідеології або політичної доктрини. Вона використовується для мобілізації суспільства навколо певних ідеологічних принципів, стимулює підтримку воєнних дій та формує відносини з ворогом на ідеологічній основі.
2. **Емоційна пропаганда:** Цей тип пропаганди спирається на викликання сильних емоцій у цільовій аудиторії, таких як страх, обурення, патріотизм тощо. Вона використовується для мобілізації громадськості та створення певного емоційного настрою, спрямованого на підтримку військових дій.
3. **Міфологічна пропаганда:** Цей тип пропаганди базується на створенні міфологічних образів та символів, які стимулюють певні уявлення та переконання у суспільстві. Вона використовується для формування героїв та ворогів, створення легенд та міфів, які підсилюють патріотичні почуття та образ ворога.
4. **Інформаційна пропаганда:** Цей тип пропаганди передає певну інформацію або факти з метою переконати аудиторію в правильності своїх дій або підірвати авторитет противника. Вона використовує різноманітні медіа та інформаційні канали для поширення специфічної інформації та впливу на громадську думку.
5. **Релігійна пропаганда:** Цей тип пропаганди використовує релігійні мотиви та образи для мобілізації суспільства та підтримки воєнних дій. Вона може використовувати релігійні символи, обряди та переконання для стимулювання певних дій та уявлень.

Ці типи пропаганди можуть використовуватися окремо або в поєднанні один з одним залежно від конкретних цілей та умов війни. Кожен з них має свої характеристики та механізми впливу на аудиторію, але вони всі спрямовані на мобілізацію громадськості та підтримку військових дій у різних аспектах.

Протягом історії розвитку суспільства і технологій пропаганда вдосконалювалася та приймала різні форми. Рівень розвитку комунікаційних технологій мав і має великий вплив на те, як пропаганда розповсюджується та впливає на аудиторію.

У сучасному світі інформаційний простір насичений різноманітними формами пропаганди. Основні форми включають в себе:

- Прямую пропаганду: Це використання засобів масової інформації, агітації та інших комунікаційних засобів для поширення конкретних ідей, думок чи ідеології.
- Паблік рилейшнз (політичний піар): Ця форма пропаганди включає створення позитивного іміджу осіб, груп чи організацій за допомогою різних комунікаційних методів.
- Реклама (політична реклама): Це використання рекламних технік для популяризації конкретних ідей чи осіб, зазвичай з метою впливу на виборців під час виборів або референдумів.
- Пропаганда "джинса": Ця форма може бути прихованою. Вона використовується для підпорядкування аудиторії певним ідеям чи поглядам через незамітний вплив на їх відношення.
- Паблісіті: Ця форма пропаганди використовує реальні новини та події для поширення своїх ідей чи повідомлень.
- Пропаганда 2.0: Сучасна технологія дозволяє використовувати різні способи для створення ідеологічних посилів, включаючи архітектуру, музику, спорт та інші аспекти повсякденного життя [10, с. 56].

Ці форми пропаганди використовуються для впливу на громадську думку, формування поглядів та цінностей аудиторії. Розуміння цих форм допомагає аналізувати та розрізняти інформацію, яку ми споживаємо, і робити більш обґрунтовані висновки.

Окрім того, є дуже важливою класифікація пропаганди на основі її характеристик для розуміння різних варіацій та впливу на суспільство. Ось деякі основні типи пропаганди:

- Чорна пропаганда: Цей вид пропаганди характеризується тим, що він приховує справжнє джерело інформації та використовує інше, зазвичай нейтральне або авторитетне, як "першоджерело". Його ціль - створити враження надійності та авторитетності інформації.
- Сіра пропаганда: Сіра пропаганда включає поширення певної інформації без вказування конкретного джерела чи автора. Це може створити невизначеність щодо відповідальності за інформацію.
- Позитивна пропаганда: Мета позитивної пропаганди полягає в зміцненні соціальної злагоди та залученні людей до сучасних цінностей для розвитку суспільства. Цей вид пропаганди не обов'язково має на меті маніпулювання аудиторією, а замість цього створює позитивні повідомлення для підтримки певних цінностей або ідеологій.
- Негативна пропаганда: Негативна пропаганда, ймовірно, є найбільш відомою та сприймається як систематична і спланована спроба поширити негативні повідомлення про певних людей, групи або ідеї." Її ціль - створити враження або підтримувати ворожнечу, конфлікти та протиріччя в суспільстві [9, с. 19].

Знання цих типів пропаганди допомагає розрізняти інформацію, яку ми зустрічаємо в мас-медіа та в інтернеті. Підсумовуючи, пропаганда може набувати різних форм і впливати на сприйняття громадян на різних рівнях - від субтельних інформаційних каналів до відкритої маніпуляції.

Важливо зрозуміти, що пропаганда може бути використана як для позитивних, так і для негативних цілей. Офіційна пропаганда може бути використана для поширення правдивої та важливої інформації, але також для маніпуляції громадською думкою. Неофіційні кампанії можуть бути спрямовані на розкриття правдивих фактів, але також на поширення чуток та дезінформації.

Суттєвою рисою пропаганди є її масовий характер і спрямування на широку аудиторію. Для досягнення цілей пропаганди зазвичай використовуються засоби масової комунікації, такі як ЗМІ, соціальні мережі, телебачення, радіо тощо. Також важливо враховувати ідеологічний та політичний контекст, в якому відбувається пропаганда, оскільки це може вплинути на її характер і спрямування [12, с. 85].

Також існують різні типології пропаганди, які дозволяють класифікувати її за наступними критеріями:

- Сфера життєдіяльності суспільства;
- Можливі наслідки;
- Встановлена мета;
- Направлення сигналів зв'язку;
- Мотиви спілкування;
- Ідентифікація джерела;
- Оперативне реагування на події;
- Інтенсивність використання;
- Соціальна організація;
- Характеристика практичного кодування та декодування інформації;
- Масштаби дій;
- Залежно від характеру впливу в "територіальному" напрямку.

Наприклад, пропаганда може бути поділена на такі види: наукова пропаганда, освітня пропаганда, культурна пропаганда, соціальна пропаганда, військова пропаганда, релігійна пропаганда, економічна пропаганда, екологічна пропаганда, політична пропаганда, спортивна пропаганда, пропаганда здорового способу життя, пропаганда художніх творів, громадська пропаганда ініціатив тощо.

Варто вказати на те, що засоби масової комунікації, а саме телебачення, радіо, газети, і, зокрема, соціальні мережі та Інтернет, можуть у певній мірі впливати на уявлення та погляди громадськості. Це робить їх потужними інструментами для політичного впливу та маніпулювання громадською думкою [14, с. 25].

Розглядаючи різноманітні види пропаганди, можна зазначити, що кожен з них має свою власну специфіку та мету впливу на аудиторію.

Наукова пропаганда спрямована на поширення наукових знань та досягнень, стимулюючи науковий прогрес та розвиток технологій. Вона може використовуватися для підтримки військових досліджень та розвитку нових збройних систем.

Освітня пропаганда має на меті підвищення рівня освіти та культури суспільства, сприяючи розумінню важливих питань та проблем. Вона може використовуватися для підвищення свідомості про військові конфлікти та їхні наслідки.

Культурна пропаганда спрямована на поширення культурних цінностей та традицій, підтримку національної ідентичності та гордості за свою культурну спадщину. Вона може використовуватися для мобілізації громадян під час війни, показуючи важливість захисту культурних цінностей та традицій.

Соціальна пропаганда спрямована на підтримку соціальної справедливості, рівності та прав людини. Вона може використовуватися для залучення громадян до підтримки військових дій, показуючи їхню важливість для захисту соціальних цінностей та прав людини.

Військова пропаганда має на меті мобілізацію громадськості для підтримки військових операцій та забезпечення підтримки військових дій. Вона може використовуватися для стимулювання патріотичних почуттів та готовності до оборони країни.

Релігійна пропаганда спрямована на поширення релігійних переконань та цінностей, стимулюючи релігійний рух та підтримку військових дій на релігійній основі.

Зазначений список не вичерпує всіх можливих видів пропаганди, але відображає різноманіття її форм та напрямків впливу на суспільство.

Основними видами пропаганди вважаються наступні:

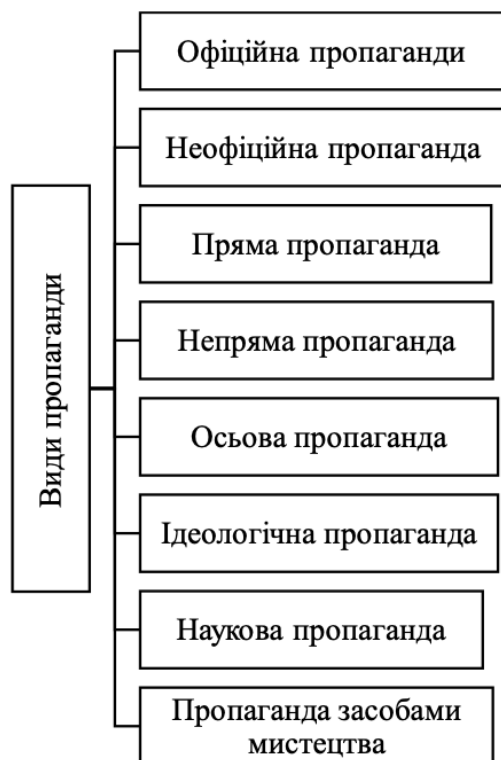


Рис. 1.1. Основні види пропаганди

Складено складено автором за джерелом [5]

Засоби масової комунікації, такі як телебачення, радіо, газети, і, зокрема, соціальні мережі та Інтернет, грають ключову роль у поширенні пропагандистських повідомлень і можуть значно впливати на уявлення та погляди громадськості, що робить їх потужними інструментами для політичного впливу та маніпулювання громадською думкою.

### 1.3. Основні аспекти пропаганди у військовий час

У сучасному суспільстві маємо справжню інформаційну революцію, яка впливає на багато аспектів життя громадян національних держав. Інформаційні технології надають можливість розширювати спілкування між людьми, поширювати інформацію, розвивати освіту, науку, культуру, і багато іншого. Інформація стала не лише джерелом знань, але і інструментом впливу на громадську думку та формування світоглядних позицій. Основні аспекти

пропаганди у військовий час становлять важливу складову стратегії ведення бойових дій та мобілізації суспільства на підтримку воєнних зусиль.

Одним з головних аспектів пропаганди війни є мобілізація громадськості для підтримки військових дій. Це включає в себе стимулювання патріотичних почуттів, формування образу ворога та показників загрози, а також мотивацію до участі у військових діях. Пропаганда у військовий час активно використовується для формування негативного образу ворога. Це може включати демонізацію противника, поширення страху та обурення щодо його дій, а також використання ідеологічних аргументів для підтримки військових дій. Пропаганда війни спрямована на підвищення морального духу військових, підтримку їхньої відваги та волі до перемоги. Це може включати поширення героїчних історій, стимулювання патріотичних почуттів та забезпечення психологічної підтримки. Пропаганда у військовий час часто використовується для маніпулювання інформацією та спотворення фактів, також її часто під'єднують як частину психологічної війни, спрямованої на погіршення морального духу противника та стимулювання дезертирства або внутрішньої дезорганізації, вона може впливати на міжнаціональні відносини та спричиняти або поглиблювати міжетнічні конфлікти робиться це методами поширення фейкових новин, зміни інтерпретації подій та використанням інших пропагандистських способів для впливу на громадську думку. Ці аспекти пропаганди у війні показують, якою важливою є її роль у веденні військових операцій та мобілізації суспільства на підтримку воєнних зусиль. Вона не лише формує уявлення про ворога та стимулює патріотичні почуття, але й може мати значний вплив на хід війни та міжнаціональні відносини.

За допомогою інформаційних технологій держави можуть захищати свої інтереси, впливати на своїх громадян та на громадян інших країн без використання військової сили. Пропаганда стає ефективним інструментом комунікації, сприяє формуванню певних ідеологічних ідей і переконань, і, отже, має значний вплив на громадську думку та політичні процеси [13, с. 10].

У минулому, пропаганда була використана як інструмент під час світових війн. По мірі розвитку технологій вона перетворилася з функції інформування

на засіб для маніпуляцій та формування ідеологічних позицій. Наприклад, під час Другої світової війни, "чорна пропаганда" приховувала джерело інформації, використовувала недостовірну або неповну інформацію, щоб маніпулювати громадською думкою. У радянському періоді пропаганда широко використовувалась для масштабних інформаційних кампаній. Важливо розуміти, що інформаційна пропаганда може мати великий вплив на суспільство та політичні події, тому важливо розвивати інформаційну грамотність серед громадян, сприяти критичному мисленню та забезпечувати доступ до об'єктивної інформації для забезпечення свободи вибору та формування інформованих світоглядів [15, с. 78]. Україна має військовий конфлікт з Росією з 2014 року, кульмінацією якого стало повномасштабне російське вторгнення 24 лютого 2022 року. Протягом усього часу велася "гібридна війна" з використанням різних інформаційно-комунікаційних технологій. Незважаючи на значні втрати населення, територій, інформаційного простору та економічних активів, "феномен національної безпеки" України так і не був повністю усвідомлений. Умови "гібридної війни" включають фізичне знищення супротивника та ведення бойових дій із застосуванням спеціальної зброї, спрямованої на розкол та дискредитацію певних політичних поглядів та політичних еліт.

Психологічний тиск зосереджується на цільових групах: міжнародній спільноті, російській внутрішній громадській думці та населенні зони конфлікту. Це включає створення міжнародного іміджу «легітимності» терористичних дій Росії на українській території. Цей же аргумент використовується і для впливу на російське населення та мешканців зони конфлікту з метою спрямування громадської думки в потрібному напрямку [16, с. 78].

У медіа-кампаніях, особливо під час війни між Росією та Грузією, використовувалися такі методи та прийоми, як одnobокі публікації, інформаційні блокади, дезінформація та маніпулювання фактами, замовчування незручних подій, упереджений підбір свідків подій та активне використання Інтернету для ведення інформаційної війни.

Загалом, пропаганда - це ефективний засіб комунікації, який використовується для масового поширення та формування громадської думки на користь певних політичних поглядів з метою досягнення бажаного результату. Пропаганда та інформаційна війна також може використовуватися як допоміжний механізм у збройних конфліктах. Мета полягає в тому, щоб розділити і дискредитувати певні політичні погляди, особливо національні еліти, в очах власних громадян і міжнародної спільноти. Елементами пропагандистського процесу є суб'єкт (соціальна група, яка виражає свої інтереси через пропаганду), об'єкт (цільова аудиторія або соціальна спільнота), канали пропаганди та їх зміст, методи і засоби. Взаємозв'язок інтересів суб'єкта пропаганди з інтересами суспільства та окремих груп є ключовим для розуміння пропагандистського процесу [21, с. 78].

Метою пропаганди є вплив на ідеологічні, соціальні та політичні відносини людей шляхом формування нових установок або зміцнення (чи послаблення) існуючих відносин. Пропаганда може бути спрямована на різні цілі, такі як творення, руйнування, сегрегація, залякування, героїзм і просвітництво. Критеріями ефективності пропаганди є наявність центральної тези, легкість, з якою пропагандистське повідомлення може бути зрозумілим цільовій аудиторії, і складність контрпропаганди або критики. У військових конфліктах бойові дії передбачають застосування спеціальної зброї для фізичного знищення противника та використання маніпулятивних заходів для формування певних установок [20, с. 56].

У контексті міжнародних війн психологічний тиск через пропаганду акцентується на кількох цільових групах. По-перше, це спільнота на міжнародній арені, де пропаганда спрямована на створення іміджу "легітимних" дій країни перед світовою спільнотою, щоб отримати підтримку або приховати свої дії. Друга цільова група - внутрішня аудиторія та населення, що перебуває у зоні конфлікту. Для цих груп пропаганда використовується для формування та підтримки певних поглядів та переконань, а також мобілізації на підтримку військових дій. У медіа-кампаніях, особливо під час військових конфліктів, застосовуються різноманітні методи та прийоми, що включають

однобічність трансляції, інформаційну блокаду, надання неправдивої інформації, маніпуляцію фактами, замовчування незручних подій та упереджений відбір свідків подій. Активно використовується Інтернет для поширення пропагандистських повідомлень та інформаційної війни.

## **РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАКТИЧНОГО ВЕДЕННЯ ПРОПАГАНДИ В УМОВАХ ВІЙНИ**

### **2.1. Аналіз засобів ведення військової пропаганди**

Засоби ведення військової пропаганди є ключовими елементами у формуванні і розповсюдженні повідомлень та ідеологій під час війни. Характеристика практичного цих засобів визначають їхню ефективність і вплив на цільові аудиторії. Розглянемо деякі характеристики засобів ведення військової пропаганди: Один із найважливіших засобів ведення військової пропаганди - це медіа-канали, такі як телебачення, радіо, газети, інтернет-платформи тощо. Ці канали дозволяють широко розповсюджувати пропагандистські матеріали серед населення, залучаючи до цього різні аудиторії та шари суспільства. У сучасному світі соціальні мережі відіграють значну роль у веденні військової пропаганди. Вони забезпечують швидкий і масовий доступ до інформації та можуть бути використані для маніпулювання громадською думкою та мобілізації суспільства на підтримку воєнних зусиль. Це включає в себе різноманітні пропагандистські матеріали, такі як агітаційні плакати, відеоролики, листівки, статті, інфографіки тощо. Ці матеріали можуть бути спеціально розробленими для різних аудиторій та мети впливу.

Військова пропаганда часто використовує психологічні техніки для збільшення її ефективності. Це може включати використання емоційно заряджених повідомлень, створення образів героїв або ворогів, застосування психологічного тиску та стимулювання патріотичних почуттів. У військових конфліктах сторони часто використовують інформаційну блокаду для обмеження доступу до незалежної інформації та контрпропаганди. Це може включати блокування доступу до іноземних ЗМІ або соціальних мереж, дезінформацію та спотворення фактів. Тому, засоби ведення військової пропаганди складаються з різноманітних інструментів, що використовуються для формування і розповсюдження ідеологічних повідомлень під час війни. Їх

ефективність полягає в здатності впливати на громадську думку та мобілізувати суспільство на підтримку воєнних зусиль.

У сьогоднішній російсько-українській війні, пропаганда активно використовується агресором з метою руйнування єдності і критичного мислення українського суспільства, що сприяє формуванню ідеї опору зовнішньому ворогові. Пропаганда, як форма діяльності та як окремий злочин, є важливою складовою злочину ведення війни. Пропагандистська та інформаційна війна, як важливий допоміжний механізм у збройних конфліктах, має на меті роз'єднання та дискредитацію певних політичних поглядів, у тому числі національної еліти в очах власного народу та світової спільноти.

Загалом, пропаганда у військовий час є ефективним засобом комунікації, що використовується для масового розповсюдження та формування громадської думки на користь конкретної політичної позиції з метою досягнення бажаного результату. Вона активно використовується як частина військових стратегій та має значний вплив на хід війни та міжнаціональні відносини. Пропаганда війни негативно впливає на свідомість людей і суспільну свідомість загалом. Вона спотворює уявлення суспільства про роль держави, підштовхує постійне переконання у нездатності держави захищати свій суверенітет і забезпечувати сталу національну безпеку та стабільну сферу безпеки. Це призводить до виникнення нових форм злочинної діяльності в галузі пропаганди війни, які можуть змінюватися і залишати свої цілі та методи, при цьому не завжди можна віднести зміст таких дій до кваліфікації кримінальної відповідальності. У таких випадках виходить за межі можливостей кримінального переслідування [18, с. 111].

Кримінальний кодекс України окремо розглядає пропаганду війни як злочин проти миру, безпеки людства та міжнародного правопорядку. Це дає підстави для оцінки можливості розвитку нових видів злочинів у сфері інформаційної та гібридної війни, враховуючи те, що сучасна військова пропаганда все частіше розглядається як частина гібридної війни та практичний характер окремих проявів такої війни, особливо з боку Росії [17, с. 45].

Особливе значення для досягнення цілей військової пропаганди має застосування інформаційно-психологічних операцій, які є різновидом психологічної війни і передбачають використання різних видів, способів і прийомів інформаційно-психологічного впливу.

Для того, щоб проаналізувати інструменти військової пропаганди, важливо звернутися до історичних передумов та розглянути історію цієї практики: До 19 століття психологічний вплив на противника і власні війська здійснювався переважно релігійними засобами, спрямованими на підкреслення "боротьби за істинну віру". У таких випадках інформаційні засоби впливу були переважно усними і, меншою мірою, письмовими. Розвиток друкарського верстата, тобто матеріальної основи психологічної війни, дозволив військовим стратегам і теоретикам висунути низку геніальних ідей щодо зниження ментального потенціалу противника. Наполеон, наприклад, підкреслював роль газет, кажучи: "Чотири газети можуть завдати ворогу більше шкоди, ніж армія в 100 000 чоловік".

Перше масштабне використання пропаганди як інструменту психологічної війни відбулося під час Першої світової війни (1914-1918). Для того, щоб затягнути війну, необхідно було посилити психологічний вплив як на ворога, так і на власні війська та населення. Для організації та ведення психологічної війни проти супротивника в штабах воюючих сторін створювалися окремі частини та підрозділи.

На прикладі інформаційно-пропагандистської війни в Японії можна побачити, що методи проведення пропагандистських операцій включали різні засоби, спрямовані впливати на японську армію і населення. Головною метою було створення культури "камікадзе". Не маючи військової переваги над Сполученими Штатами, Японія намагалася впливати на своїх опонентів іншими способами, включаючи атаки терористів-смертників. Особливий акцент робився на політичну війну та інтеграцію, відому як "політична війна". Їх стратегія ґрунтувалася на переконанні, що неможливо зробити уряди окупованих країн неприйнятними, а сенат (феодална ієрархічна система) не дає задовільних результатів.

У минулому столітті нацистська Німеччина також використовувала пропаганду для поширення своєї ідеології серед населення. Але крім цього, особливе значення мала також система гендерних відносин. Вплив расових та біологічних теорій сильно позначився на формуванні цієї системи. Міністерство народної освіти і пропаганди контролювало майже всі сфери культури і засобів масової інформації, включаючи літературу, музику, радіо, кіно, театр, мистецтво і журналістику. У своїй пропаганді націонал-соціалісти ідеалізували гендерну ідеологію, просували та зміцнювали традиційні гендерні ролі. Створюючи ідеалізовані образи жінок як "матерів" і домогосподарок, нацисти прагнули пропагувати жіноче материнство і сімейне життя.

Сьогодні інтернет та соціальні мережі набувають все більшого значення в інформаційній та пропагандистській війні. Це пов'язано з тим, що цифрові технології дозволяють впливати на глобальну аудиторію. Глобалізація та розвиток інформаційних технологій змінили підхід до військово-політичних конфліктів, перетворивши інформаційний простір на головну "зброю", де інформація може викликати значні деструктивні процеси в суспільстві та спровокувати збройний конфлікт.

Інтернет є потужним інструментом масштабних суспільних перетворень, що вносить радикальні й принципові зміни в різні сфери життя сучасного суспільства.[31]

Основними об'єктами інформаційного впливу, зокрема деструктивного, є: ідеологічно - психологічне середовище суспільства, що пов'язане з використанням інформації, інформаційних ресурсів і інформаційної інфраструктури для здійснення впливу на психіку та поведінку людей; ресурси, що розкривають духовні, історичні, культурні, національні цінності (традиції, надбання нації та держави у різних сферах життя суспільства); інформаційна інфраструктура, всі проміжні ланки між інформацією та людиною; система формування суспільної свідомості та громадської думки; система прийняття політичних рішень, що передбачає інформаційний вплив на процеси прийняття політичних рішень на різних рівнях управління; свідомість та поведінка людини [28]

Інформаційна боротьба 1-го покоління охоплює такі аспекти:

- фізичне придушення (у воєнний час) елементів інфраструктури державного та військового управління;
- проведення радіо електронної боротьби отримання розвідувальної інформації через перехоплення є розшифрування інформаційних потоків;
- здійснення несанкціонованого доступу до інформаційних ресурсів з подальшою фальсифікацію чи викраденням;
- масове поширення в інформаційних каналах супротивника чи глобальних мережах дезінформації для впливу на осіб, які приймають рішення;
- отримання інформації шляхом перехоплення відкритих джерел інформації. [5]

Інформаційна боротьба 2-го покоління охоплює такі аспекти:

- створення системи бездуховності і аморальності, формування негативного ставлення до культурної спадщини противника;
- маніпулювання суспільною до свідомістю різних соціальних груп населення для створення політичної напруги та хаосу;
- дестабілізація політичних відносин, провокація конфліктів, загострення політичної боротьби та розпалювання недовіри і підозрливості;
- зниження рівня інформаційного забезпечення органів влади інспірація помилкових управлінських рішень;
- дезінформація населення про роботу державних органів, підрив їхнього авторитету та дискредитація органів управління;
- підрив міжнародного авторитету держави та його співробітництва з іншими країнами;
- нанесення уразень життєво важливим інтересам держави в політичній економічній обороні та інших сферах. [5]

Стратегія використання інформаційної зброї має наступальний характер і передбачає активний вплив на цільові аудиторії. Вона включає в себе ряд методів і технік, спрямованих на досягнення конкретних цілей через вплив на ідеологію, ЗМІ, освіту, культуру та пропаганду. Цей інструмент використовує підбрану і дозовану інформацію, яка ретельно підібрана для досягнення

конкретних цілей та повторюється через різні інформаційні канали. Інформаційна зброя може бути використана для впливу на суспільну свідомість, створення атмосфери страху, незрілості та недовіри, а також для маніпуляції громадською думкою.

Терористичні організації, як вказується в численних наукових дослідженнях, використовують більш вдосконалені методи і техніки інформаційно-психологічного впливу. Вони активно використовують ресурси національних та глобальних медіа для поширення своєї інформації та дезінформації. Такі інформаційно-пропагандистські дії терористичних угруповань, які діють на міжнародному рівні, впливають на загальну структуру терористичної діяльності та вимагають розробки ефективних стратегій контрпропаганди та протидії терористичним загрозам [12, с. 65].

Анексії Криму Росією передували тривалі й масштабні маніпуляції інформаційно-психологічного характеру, ґрунтовна попередня проробка пропагандистських технік. Задовго до 2014 р. діяльність спецслужб РФ була підпорядкована завданням роботи на Крим та Україну в цілому із розгортанням масштабного інформаційного супроводження. Пропагандистська кампанія в основному була спрямована на етнічних росіян, які проживали на території України з 1991 року і були громадянами України.

Вміло використовуючи пропагандистські прийоми, російські агенти намагалися всіляко поширювати "радянські" наративи, які асоціюються з сучасною Росією. Головним союзником Росії в Криму була російська діаспора, що складалася з численних неурядових організацій, релігійних груп і культурних центрів. Представники діаспори створили розгалужену мережу інформаційних агентів впливу, зокрема "Російську громаду Криму". Російські спецслужби завербовували та використовували населення для підризу авторитету української державності, дестабілізації суспільного життя, формування уявлень про фейкові вигоди від приєднання Криму до складу Росії, створення атмосфери невдоволення та незахищеності.

Події в Україні 2014 року підкреслюють особливу важливість інформаційно-психологічної складової у збройних конфліктах, особливо у війні

нового типу (гібридній війні), розв'язаній країною-терористом Російською Федерацією проти України. Сьогодні розвідувально-психологічні операції починаються ще в мирний час, а розвідувально-психологічний вплив в рамках підготовки до війни починається задовго до початку бойових дій. Гібридна війна в Україні від самого початку планувалася, готувалася противником і розгорталася як система неконвенційних і конвенційних воєнних дій, причому неконвенційні елементи виступали як рівноправні складові, а не додаткові елементи збройної окупації.

Україна стикнулася не лише з активними бойовими діями на своїй території, але й з масовою інформаційною агресією з боку терористичної РФ. Тож наша держава була змушена вести боротьбу й на медійному полі, послуговуючись власними регіональними та національними медійними потужностями та можливостями європейських та світових медіаструктур. [30].

Російсько-українську війну 2014-2015 років визначають у світі як приклад війни нового типу. У публікаціях, які присвячені подіям російсько-української війни, найчастіше вживаються терміни:

- 1) гібридна війна,
- 2) комбінована війна,
- 3) змішана війна,
- 4) неоконвенційна, нестандартна війна,
- 5) кримінально-терористична війна,
- 6) війна керованого хаосу або нелінійна війна [29, с. 35].

Найбільшого поширення здобув термін гібридна війна, який у широкому значенні охоплює усі різновиди воєн нового покоління [29, с. 35].

Вищевикладене підкреслює, по-перше, необхідність висвітлення особливостей практичного пропагандистського протистояння в боротьбі за сфери впливу на світовій арені і, по-друге, необхідність показати, як розроблялися російські інформаційно-психологічні операції і пропагандистські кампанії. Цьому питанню буде присвячений наступний розділ. Адже пропагандистська складова гібридної війни є одним з ключових елементів російської агресії проти України. [24]

Підготовка Росії до агресії проти України бере свій початок ще з перших днів розпаду Радянського Союзу, коли кримське питання стало ключовим рушієм конфлікту. Російські політики усіма можливими способами намагались вплинути на колишні радянські республіки за для підтримки їх терористичного наративу про «право порушувати питання про коригування кордонів». Пояснюючи це тим що, основна так звана мета - це примусити українське керівництво відмовитися від шляху незалежного національного розвитку.

Після прийняття Акту проголошення незалежності України в багатьох засобах масової інформації колишнього СРСР з'явилися статті, які підривали дії українського парламенту та уряду, сіяли зерна міжнаціональної ворожнечі серед населення республіки, погрожували Україні політичним та економічним хаосом в умовах її самостійного існування.

Від 1992 до серпня 2013 рр. на свідомість як жителів Криму, так і Росії здійснювався потужний інформаційно-психологічний тиск, спрямований передусім на ревізію історичних подій і, відповідно, перегляд кордонів України, дискредитацію її зовнішньополітичного курсу, творення негативного, «демонізованого» образу української влади, формування негативної думки про українське керівництво і політичну еліту, дискредитацію євроінтеграції України та її зближення з Північноатлантичним альянсом [25, с. 70].

Російська пропаганда широко використовує спроби фальсифікації історичних фактів та ревізії історичних подій. «Передача Криму до складу УРСР була незаконною, Хрущов безпідставно дарував Україні подарунки» і т.д. Саме такими заголовками та тезами апелювали проросійські посадовці та преса. Пропагандистська ідея Російської імперії як «спільного даху всіх народів», що об'єдналися проти "корумпованого" Заходу, нажаль, поступово відроджувалася. Так, у вересні 1991 року, невдовзі після проголошення незалежності України, на мітингу в Севастополі лунали заклики до «Руху 20 січня».

Для підготовки інформаційно-пропагандистської кампанії Росія обрала головною мішенню етнічних росіян, які проживають на території України з 1991 року і є громадянами України. Особливо сприятлива ситуація склалася в

Криму, де є значна частина населення, яка асоціює радянське минуле з сучасною Росією і називає себе "радянською". Ефекти психологічного впливу найкраще проявляються тоді, коли цільова аудиторія має низький рівень освіти, некритично сприймає інформацію, не бажає аналізувати реальну ситуацію і готова вірити штампам пропаганди.

Експансія Росією медіасфери Криму була частиною загальної інформаційно-психологічної операції з його анексії. Запровадження нових правил роботи місцевих редакцій та значні фінансові надходження від російських платників податків сприяли захопленню інформаційної платформи. Порядок роботи кримських ЗМІ зараз безпосередньо визначається їх фінансуванням: хто більше наповнить контент новинами про успішне життя півострова в російських реаліях і найбільше «викриє» українську владу, той і отримає більше фінансування. Нагадаємо, до анексії російська спецслужба фінансувала за таким принципом проплачені громадські організації та проросійські партії. Рівень фінансування ЗМІ Криму майже дорівнював фінансуванню федеральних телеканалів та інформаційних агентств [25, с. 73].

Використання етнічної пропаганди та маніпулювання історичними фактами є ключовими стратегіями впливу на цільові аудиторії, особливо у воєнний час. Противник активно використовує ці методи для маніпулювання громадською думкою та формування певних ідеологічних установок.

Щоб виправдати фізичну анексію Криму, Росія задовго до березневих подій почала створювати образ ворога в очах кримського населення півострова. Цей знімок мав забезпечити справедливість політичних і військових рішень уряду РФ як для російських громадян, так і для проросійськи налаштованих жителів Криму. Так, 12 грудня 2013 року російські телеканали повідомили: «Криза поглиблюється і все частіше чути, що Україна починає тріщати по швах; На Заході підтримують Євромайдан і збирають нових пікетувальників; У Криму парламент закликає захистити свої цінності від свавілля «майданної демократії».[25, с. 74].

При цьому було досягнуто парадоксального результату: російська

комунікаційно-пропагандистська кампанія була настільки агресивною та нав'язливою, що відштовхнула українських глядачів, які мали можливість зафіксувати розбіжності з дійсністю на власні очі. Саме завдяки тому, що в більшості український народ критично сприйняв інформацію це і сприяло формуванню проукраїнських політичних і національних поглядів. Захищати суверенітет України масово прийшли як українці, так і росіяни.

Отже, перебіг українсько-російського конфлікту дає підстави стверджувати, що гібридна війна – це поєднання традиційних і нетрадиційних методів ведення війни, зокрема застосування сил спеціального призначення, іррегулярних збройних формувань, підтримка внутрішніх заворушень і сепаратистських рухів, інформації. війна та пропаганда, дипломатичні заходи, кібератаки, економічний тиск. Організаційна структура «гібридної війни» має децентралізований вигляд, який приховує її реальну ієрархію. Зокрема, деякі підрозділи діють самостійно і намагаються виконувати свої обов'язки відповідно до запропонованих спільних політичних цілей. Тому це позбавляє держави «гібридної» атаки їхньої оборонної стратегії, оскільки центри загрози зміщуються; ці країни не можуть визначити, де формувати фронт і яку зброю використовувати для ліквідації загрози. Відсутність можливості швидкого визначення точного співвідношення між гібридними засобами та їхньою організаційною ієрархічною структурою принципово відрізняє «гібридну війну» від інших видів військових дій [25, с. 47].

## **2.2. Концепції ведення військової пропаганди**

Інформаційна війна та пропаганда давно стали важливою складовою військової парадигми, і їх вплив на ведення сучасних конфліктів і стратегії перемоги не може бути недооціненим. Засоби інформаційної війни включають в себе широкий спектр інструментів та методів для впливу на свідомість громадськості, формування певних думок і переконань, а також вплив на поведінку цільових аудиторій.

Механізми пропаганди включають в себе психологічний вплив, контроль поведінки, доступну комунікацію та побудову символічної реальності:

1. Механізм психологічного впливу: Включає такі методи, як навіювання, маніпуляція, дезінформація та поширення фейкової інформації. Цей механізм спрямований на зміну сприйняття і переконань цільових аудиторій через вплив на їхні емоції та уявлення.
2. Механізм контролю поведінки: За допомогою стимулів формує звички та переконання, що впливають на поведінку людей. Лідери думок та авторитетні фігури можуть бути задіяні для впливу на громадську думку і формування певних ставлень.
3. Механізм "доступної комунікації": Заснований на використанні соціальних мереж та медіа для створення можливості впливу на політику та громадську думку. Цей механізм надає можливість впливати на велику аудиторію швидко і ефективно.

Засоби інформаційної війни дедалі важливіші в сучасних конфліктах і геостратегічних суперництвах, і розуміння їхнього впливу є ключовим для розробки ефективних стратегій ведення конфліктів та глобальної політики.

Реклама є потужним інструментом для впливу на громадську думку та соціальну поведінку, і вона використовується як у комерційних цілях, так і в військовій пропаганді. У сфері комерційної реклами основною метою є залучення уваги споживачів та стимулювання їхнього інтересу до продуктів або послуг [20, с. 100]. Важливо відзначити, що символізм є одним з інструментів пропаганди, оскільки він дозволяє викликати певні реакції та керувати поведінкою цільового об'єкта. Важливо зауважити, що реклама - це окремий вид діяльності, і не завжди пов'язана з пропагандою [23, с. 15].

У військовій пропаганді реклама може використовуватися для досягнення різних цілей:

Пропаганда серед людей: Спрямована на вплив на громадську думку та настрої власного населення. Це може включати спонукання підтримувати військові заходи, підтримувати політичних лідерів тощо.

Пропаганда ворогу: Зазвичай використовується для демонізації ворога, створення негативного образу та психологічного тиску на ворожу аудиторію.

Агітація за нейтральну партію: В разі конфлікту, де третя сторона не взяла жодної сторони, реклама може спрямовуватися на формування певного ставлення цієї нейтральної партії або вплив на її рішення.

Російські пропагандисти, зокрема, використовують різні інструменти, такі як громадська думка, відомі медійні особи, та друковані засоби масової інформації для посилення ефекту рекламної кампанії та створення психологічного тиску на цільові аудиторії. Слова, образи, звуки та символи грають важливу роль у формуванні сприйняття громадськістю певних ідей та переконань.

У військовій інформаційній війні ці інструменти та методи використовуються для створення образів, міфів та історій, які підтримують певний наратив та допомагають досягти мети воюючої сторони. Оскільки інформаційна війна важлива складова військових конфліктів, реклама та інші методи впливу на громадську думку мають велике значення для досягнення стратегічних цілей.

Друковані ЗМІ такі як газети, є активним засобом впливу на громадську думку особливо серед людей похилого віку.

З початком сепаратистського руху в Донецькій та Луганській областях і особливо після широкомасштабного російського вторгнення, міжрелігійні конфлікти також загострилися. Російський уряд більше не приховує, що московський патріархат координував дії Української Православної Церкви. Це стає частиною гібридної війни Росії проти України. Позиція ворожої РПЦ передбачає налаштування віруючого населення Сходу України проти української влади, розглядаючи конфлікт у Донецькій та Луганській областях як так звану громадянську війну.

Інформаційна війна та пропаганда в сучасних конфліктах мають значний вплив на стратегії перемоги. Вони використовують широкий спектр інструментів та методів для впливу на свідомість громадськості, формування переконань та управління поведінкою цільових аудиторій. Механізми

пропаганди включають психологічний вплив, контроль поведінки, доступну комунікацію та побудову символічної реальності. Психологічний вплив використовує методи навіювання, маніпуляції, дезінформації та поширення фейкової інформації для зміни сприйняття та переконань цільових аудиторій. Контроль поведінки спрямований на формування звичок та переконань, що впливають на поведінку людей. Доступна комунікація використовує соціальні мережі та медіа для швидкого та ефективного впливу на громадську думку. Побудова символічної реальності використовує символи та образи для створення специфічного контексту та інтерпретації подій.

У конфліктах на сході України російська пропаганда активно використовує різні засоби, такі як газети, соціальні мережі та підкупних медійних осіб, для впливу на громадську думку та формування певних поглядів серед населення. Розпалювання релігійного міжконфесійного конфлікту є складовою гібридної війни Росії проти України, а використання символізму та реклами допомагає досягти цієї мети.

Отже, реклама та інші інструменти впливу на громадську думку відіграють важливу роль у веденні інформаційної війни та пропагандистських кампаній у сучасних конфліктах. Розуміння їхнього впливу дозволяє розробляти ефективні стратегії протидії їм та глобальній політики.

### **2.3. Аналіз головних принципів виготовлення і розповсюдження пропаганди**

Технології інформаційного впливу, також відомі як пропаганда, є важливими складовими комунікаційних стратегій ЗМІ. Першочергово термін "пропаганда" не несе в собі негативних відтінків і мав глобальне значення - спосіб поширення певної інформації або ідеї серед широкої аудиторії з використанням простих і ефективних методів. Цільова спрямованість пропаганди залежала від цілей «пропагандиста».

У процесах принципів виготовлення пропаганди зазвичай використовуються різні маніпулятивні стратегії, включаючи:

1. Виклик емоційної реакції, яка призводить до збільшення соціальної напруги та дестабілізації ситуації, як у випадку консолідації прихильників протесту, так і для єднання суспільства в обличчі зовнішніх або внутрішніх загроз.
2. Формування потрібних політичних орієнтирів у суспільстві шляхом впровадження контенту, що маскується під об'єктивну інформацію.
3. Переключення уваги суспільства на теми, які вигідні для маніпулятора.
4. Заміна цілей об'єкта впливу цілями маніпулятора.
5. Узагальнення, так що подія, яка вплинула на ментальні моделі адресатів, перетворюється на загальноприйнятту інформацію або навіть фундаментальну ідеологію.

Українські дослідники у галузі безпеки проаналізували різноманітні технології маніпулювання суспільною свідомістю, включаючи:

Розуміння сутності та призначення уявного образу ворога свідчить, що процес створення цього образу особливо характерний для російської історіографії. Протягом багатьох століть російські історики використовували цей образ для виправдання агресивної політики Російської держави, війн і окупації чужих територій. Більшість російських істориків, починаючи від С. Татищева і М. Карамзіна, і закінчуючи сучасними прихильниками путінського режиму, створювали та поширювали стереотипи історичних ворогів, перш за все серед країн, які стримували імперіалістичні амбіції Росії. Ці стереотипи, методи та засоби створення образу ворога, включаючи Україну, передаються від покоління до покоління для маніпуляції суспільною свідомістю [22, с. 89].

Крім того, російські історики претендують на "правдиву" інтерпретацію не лише власної історії, але й історії інших країн, включаючи Україну. Після того, як Україна втратила свою державність та була окупована Росією, з'явилася парадигма "спільної історії", яка активно нав'язувалася в суспільній свідомості та формувала образ "спільного ворога" для Росії та України. Практично Україна стала залежною від відповідних імперських стереотипів, що спричинило поширення комплексів, таких як малоросійство, москвофільство та відчуття

меншовартості. Однією з технік військової пропаганди є вислів "Найкращі люди країни - з нами." Раніше ця ідея виражалася скоріше як "визнані інтелектуали, художники, письменники та музиканти - на нашому боці." Але зараз в Росії їх часто представляють як п'яту колону, яка працює проти своєї країни. Пропаганда війни вважається однією з таких категорій злочинів, за які передбачена міжнародна кримінальна відповідальність. Нюрнберзький трибунал, коли він був проведений, став першим міжнародним кримінальним судом, який розглядав справи стосовно пропаганди війни. По суті, пропаганда війни є однією з форм військових злочинів [21, с. 25].

В Україні присутній активний вплив російської пропаганди, що сприяло вторгненню та розпалюванню конфлікту. Технології маніпуляції суспільною свідомістю включають інформаційну блокаду, використання "лідерів думки", переписування історії, виклик емоційного резонансу та повторення тверджень для формування єдиного світогляду. Створення уявного образу ворога є загальною практикою у російській історіографії, що використовується для виправдання агресивної політики Росії. Використання цих стереотипів, методів та засобів допомагає впливати на суспільну свідомість та формувати певні стереотипи. Пропаганда війни розглядається як одна з категорій злочинів, за яку передбачена міжнародна кримінальна відповідальність. Нюрнберзький трибунал розглядав справи стосовно пропаганди війни, що свідчить про важливість цього питання.

Російська пропаганда нажаль виявилася надзвичайно впливовою, особливо в контексті конфлікту на сході країни. Вона використовувала різні стратегії та технології для маніпулювання суспільною свідомістю та формування негативного ставлення до української держави. Проаналізуємо деякі з них.

Інформаційна блокада - одна з основних стратегій російської пропаганди. Заборона або обмеження доступу до об'єктивної інформації про справжні події викликає плутанину та невизначеність серед населення. Це дозволяє пропагандистам контролювати та маніпулювати потоком інформації та формувати бажані уявлення.

Використання "лідерів думки" також є популярним методом. Російська пропаганда активно залучає відомих проплачених особистостей, журналістів, політиків тощо, які підтримують російський наратив та розповсюджують дезінформацію серед громадськості.

## **РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЗДІЙСНЕННЯ ВІЙСЬКОВОЇ ПРОПАГАНДИ У ЧАСІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ**

### **3.1. Основні концепції здійснення військової пропаганди у період російсько-української війни**

Активні конфлікти на сході України не лише спричинили людські жертви, руйнування інфраструктури та зміни у способі життя, але й призвели до серйозних міжнародних наслідків та значних геополітичних змін. Агресія Росії проти України призвела до значних змін у медіа-ландшафті, вплинувши на медіа-середовище та діяльність місцевих і загальнонаціональних ЗМІ. Наприклад, телевізійні станції в Луганській і Донецькій областях були захоплені проросійськими бойовиками в травні 2014 року, а згодом націоналізовані терористичними угрупованнями так званими "ЛНР" і "ДНР". Україні довелося мати справу не лише з активними конфліктами на своїй території, але й з інтенсивним інформаційним наступом РФ. Тому нам доводиться вести протистояння в інформаційній сфері, використовуючи як власні регіональні та національні медіа-ресурси, так і можливості європейських та світових медіа-структур. Роль регіональних медіа стала вирішальною в цьому процесі. На окупованих територіях Луганської та Донецької областей були створені нові пропагандистські медіа-структури.

Ще до початку повномасштабної окупації вітчизняні та зарубіжні політологи і дослідники воєнних конфліктів були переконані, що під час силового захоплення Криму та агресії в Донецькій та Луганській областях Росія використовувала поєднання стандартних і нетрадиційних форм ведення війни, зокрема:

- використання регулярних військових підрозділів РФ;
- економічний тиск, у тому числі з використанням енергетичних чинників;
- інтенсивні пропагандистські кампанії з метою формування сприятливого сприйняття подій;

-дипломатичні заходи, спрямовані на блокування правових механізмів та інших методів міжнародних організацій щодо врегулювання конфлікту.

Дії Росії в Україні призвели до появи нових методів і стратегій у дискусії про "гібридну війну".

РФ має великі медіа-холдинги, такі як "Россия сегодня" та Всеросійська державна телерадіокомпанія (ВГТРК), які включені до переліку державних стратегічних підприємств Указом Президента Російської Федерації. Ці пропагандистські ЗМІ активно висвітлюють події, в тому числі анексію Криму, і постійно змінюють меседжі російської пропаганди відповідно до поточних подій та розвитку ситуації.

Поширення російських ЗМІ в Криму було частиною загальної інформаційно-психологічної операції, проведеної під час анексії. Вона включала запровадження нових правил роботи місцевих редакцій та значний фінансовий тиск з боку російського платника податків, що сприяло контролю над інформаційними платформами. Водночас відбувалося активне позиціонування Криму як "особливого суб'єкта" в українській політичній ситуації, що знаходило відображення в російських медіа і сприяло формуванню такого сприйняття реальності кримчанами. Іншими словами, російські ЗМІ сприяли створенню образу і реальності, сприятливої для російських інтересів [19, с. 25].

Протягом усього 2014 року пропагандистська тактика Кремля залишалася незмінною: заперечення, підступна «сліпота» і спотворення фактів. Військово-політична агресія Росії демонструє, що інформаційний вплив може використовуватися як для досягнення реалістичних зовнішньополітичних цілей, так і для підготовки сприятливих умов для фактичної тотальної терористичної війни.

У підготовці Росії до війни важливо відзначити, що інформаційно-психологічний вплив розпочався задовго до початку бойових дій. Військова окупація АРК та міста Севастополь і діяльність сепаратистів свідчать про те, що пропаганда як засіб інформаційного тиску перетворилася на засіб інформаційно-психологічного впливу, який визначає питання миру і війни.

Протягом 2014 року пропагандистська тактика Кремля залишалася незмінною: заперечення, відволікання, спотворення. Основні теми російських ЗМІ, пов'язані з подіями 2014 року:

- 1) підвищення ролі Росії та її лідера В. Путіна як виваженого політика, який приймає зважені рішення на благо своєї країни;
- 2) образа України та українців. Ці заходи проводилися з використанням техніки «маркування», спотворення та інсинуації;
- 3) прогнозування майбутнього Республіки Крим у складі Російської Федерації, що півострів стане туристичною Меккою з потужною економікою.

Таким чином, можна легко розпізнати структуру класичних пропагандистських повідомлень, які щоденно транслюються російськими засобами комунікації:

- адресант-замовник – чинна російська влада;
- джерело інформації – преса, телебачення, радіо, інтернет-ресурси, у тому числі ворожа соціальна мережа «Однокласники»;
- реципієнти – переважно населення Російської Федерації, мешканці Півдня і Сходу України, а також усі ті, хто споживає інформаційні продукти російського виробництва;
- результат – вплив та корекція громадської думки, формування негативного ставлення до українців, навіювання історичної приналежності Криму до Росії тощо, у підсумку – зростання популярності та рейтингу Президента Путіна всередині РФ, налаштування мешканців Донецької та Луганської областей проти української влади, української армії тощо [26].

Росія також активно використовувала соціальні мережі (особливо "Однокласники" та "ВКонтакте", найпопулярніші соціальні мережі на пострадянському просторі) для поширення проросійських меседжів.

Якщо до традиційних медіа належать друковані газети та журнали, то до нових медіа належать різноманітні мас-медіа, що поширюються переважно через Інтернет:

Нові медіа дозволяють швидше адаптувати повідомлення до ситуації та настроїв цільової аудиторії. Визначаючи моделі поведінки у сфері інформаційних потоків та обмінів, вони можуть підтримувати інтереси держав

за кордоном і формувати ціннісно-цільову структуру глобального інформаційного простору. Потенціал електронних ЗМІ дозволяє цільовим аудиторіям швидко отримувати дезінформацію (фейкові новини), чутки, "достовірні" та небезпечні фото і відеоматеріали. Соціальні мережі, які стали Інтернетом в Інтернеті, є найбільшими платформами для обміну та поширення інформації, в тому числі підривного змісту.

Рада національної безпеки і оборони України наразі виступає за законодавчу заборону інформаційно-пропагандистського впливу держав-агресорів, відповідно до міжнародних норм (ст. 10 Європейської конвенції з прав людини), що дозволяє обмежувати інформаційний вплив в інтересах національної безпеки.

На початку 2014 року Україну охопила серйозна політична криза, викликана зовнішньою політикою тодішнього президента Віктора Януковича, що призвело до масових протестів та Євромайдану. Жорстоке протистояння між владою та громадянами, завершилося усуненням президента та формуванням нового проєвропейського уряду. Російське політичне керівництво через підконтрольні йому ЗМІ розгорнуло масовану пропагандистську кампанію, на фоні подій в нашій державі, з дискредитації (демонізації) нової української влади та виправдання свого втручання у внутрішні справи сусідніх країн.

Російські ЗМІ постійно акцентували увагу на націоналістичних заявах українських політиків (сфабрикованих або вирваних з контексту). Для позначення так званої загрози з боку України використовувалися такі ярлики, як фашистський, неонацистський, бандерівський, націоналістичний, ультранаціоналістичний, антисемітський, радикальний і екстремістський, що є прикладом такого виду пропаганди, як демонізація. Використовували ці терміни для створення негативного образу українського уряду і проєвропейських сил, які прийшли до влади після Євромайдану. Це допомагало сформувати у російської аудиторії відчуття загрози та морального обґрунтування агресивних дій.

1. **Розпалювання історичних травм:** посилення на історичні постаті та рухи, як-от Степан Бандера, якого російська пропаганда також уміло

демонізує як політичного діяча, з метою асоціювати сучасних українських націоналістів з минулими конфліктами та злочинами, щоб підсилити страх і неприязнь.

3. **Маніпуляції та перебільшення:** поширення недостовірної інформації про участь у новому українському уряді екстремістських елементів і їхню відповідальність за напади на етнічні меншини, зокрема на російськомовне населення і євреїв. Ці перебільшення слугували для легітимізації російських дій в очах власної громадськості та міжнародної спільноти.
4. **Інформаційні атаки:** постійне повторення дезінформації та негативних наративів через різні канали масової інформації, щоб сформувати стійке негативне сприйняття опонента серед широких мас.

Таким чином, цей вид пропаганди спрямований на створення страху та ненависті до певної групи чи країни, використовуючи історичні паралелі, перебільшення, та маніпуляції фактами.

Російські ЗМІ повідомляли, що в Криму були організовані багатотисячні проросійські мітинги під гаслом "Ні фашизму" і що жителі півострова визнали, що вони "пов'язують свої надії на стабільність і мир на півострові тільки з Росією". З березня 2014 року російський "Перший канал" транслював виступ міністра закордонних справ Росії на Конференції ООН з прав людини. Суть промови зводилася до того, що в результаті нападів так званих ультранаціоналістів в Україні виникла серйозна небезпека для життя і законних інтересів російського народу і російськомовного населення, і тому Російська Федерація відгукується на прохання кримської влади відновити «мир» в Автономній Республіці Крим і захистити російськомовне населення. Промова міністра ворожої країни на Конференції ООН з прав людини викликала значну реакцію серед міжнародної спільноти. Багато західних країн, включаючи США і держави Європейського Союзу, відкинули російську пропаганду, звинувачуючи

Росію в порушенні міжнародного права і суверенітету України. Вони вказували, що заяви про загрози для російськомовного населення в Україні були безпідставними і служили виправданням для військової інтервенції. Організація Об'єднаних Націй, включаючи Генерального секретаря ООН та інших високопосадовців, закликала до мирного врегулювання конфлікту і підкреслювала необхідність дотримання суверенітету та територіальної цілісності України. Український уряд в свою чергу категорично заперечив твердження Росії про загрози для російськомовного населення, заявивши, що це вигадки для виправдання агресії. Українські представники в ООН наголошували на провокаціях з боку Росії та незаконному характері дій російських військових у Криму.

Вид пропаганди, який використовувала російська влада у цій промові, можна класифікувати як **пропаганду страху та захисту**:

1. **Пропаганда страху:** Росія використовувала наративи про "серйозну небезпеку для життя і законних інтересів російського народу і російськомовного населення" в Україні, щоб створити атмосферу страху і загрози. Цей вид пропаганди мав на меті мобілізувати внутрішню підтримку та виправдати військові дії перед міжнародною спільнотою.
2. **Пропаганда захисту:** Використання образу Росії як "захисника" російськомовного населення в Україні, що відповідала на "прохання кримської влади відновити мир". Такий підхід спрямований на легітимізацію інтервенції як гуманітарної місії, а не акт агресії.

Ці види пропаганди були спрямовані на виправдання російських дій у Криму і створення міжнародного та внутрішнього консенсусу щодо "необхідності" втручання.

4 березня російські телеканали і друковані видання поширили повідомлення про півторагодинне спілкування президента країни терориста з журналістами. Російський президент використовував у своїй промові безліч

спотворених фактів, дезінформації, перебільшень та пропаганди, щоб вплинути на громадську думку як всередині країни, так і за її межами. Основні види пропаганди, використані Путіним, включають:

1. **Пропаганда страху:** наголошував на загрозах для російськомовного населення в Україні, описуючи ситуацію як "анархію" і "насильство". Це було спрямовано на створення страху серед російськомовних громадян як в Україні, так і в Росії, виправдовуючи втручання як необхідність захисту.
2. **Демонізація ворога:** описував новий уряд України, що прийшов до влади після Євромайдану, як нелегітимний, радикальний і небезпечний. Використання таких термінів як "неонацисти", "ультранационалісти" і "антисеміти" сприяло створенню образу ворога, з яким необхідно боротися.
3. **Легітимізація своїх дій:** підкреслював, що російські військові дії в Криму є законними і відповідають міжнародним нормам, зокрема праву на самооборону та захист російськомовного населення. Він стверджував, що дії Росії були викликані проханням "легітимної влади" Криму і підтримані місцевим населенням.
4. **Дезінформація та спотворення фактів:** заперечував наявність російських військ у Криму, незважаючи на численні докази протилежного. Він також стверджував, що озброєні люди в уніформі без розпізнавальних знаків були "місцевими самооборонними силами".
5. **Апелювання до історичних та культурних зв'язків:** використовував історичні аргументи, згадуючи «спільну» історію та культурні зв'язки між Росією та Кримом, щоб виправдати анексію. Це було спрямовано на посилення емоційної підтримки серед росіян.

**6. Спонування до патріотизму:** звертався до почуття національної гордості, підкреслюючи, що Росія не може залишатися осторонь, коли йдеться про «захист» своїх співвітчизників. Це підвищувало рівень патріотичних настроїв серед російського населення.

Ці види пропаганди були спрямовані на консолідацію внутрішньої підтримки, виправдання агресивних дій на міжнародній арені та дискредитацію українського уряду і його західних союзників.

Для нагнітання ситуації проросійські ЗМІ не цурались поширювати викривлену інформацію або взагалі сфабриковані факти. Так, 2 березня 2014 року російський «Перший» канал поширив інформацію про прибуття на територію РФ понад 140 тисяч біженців з різних регіонів України, показавши кадр з чергою автомобілів нібито на україно-російському кордоні, а насправді це були кадри з пункту перетину україно-польського кордону. У повідомленні 5 березня 2014 року йшлося про прибуття до Києва 300 іноземних найманців, в основному з американських воєнізованих приватних компаній, що звичайно ж було фейковою інформацією в стилі пропагандистів РФ.

Подія до якої так ретельно готувались пропагандисти країни терористки - це так званий «референдум» у Криму. Він відбувся 16 березня 2014 року, в умовах, які доводять його фальсифікацію та нелегітимність у відповідності до міжнародних стандартів. Росія використовувала різні види пропаганди та психологічного тиску, щоб забезпечити потрібний результат. Ось як відбувався референдум, які методи психологічного тиску та пропаганди застосовувала РФ: Види психологічного тиску:

#### 1. Військова присутність:

- Так званий референдум проходив під контролем російських військових сил, які фактично окупували Крим. Озброєні військові без розпізнавальних знаків, відомі як "зелені чоловічки", були розташовані по всьому півострову, що створювало атмосферу залякування.

## 2. Порушення процедур:

- Підготовка до референдуму тривала лише кілька тижнів, що не залишало часу на належне інформування населення та організацію міжнародного спостереження.
- На бюлетенях були запропоновані два варіанти, обидва з яких фактично означали відділення від України: приєднання до Росії або відновлення Конституції Криму 1992 року, що передбачала значну автономію та фактичну незалежність від Києва.

## 3. Відсутність міжнародного визнання:

- Більшість країн світу та міжнародні організації не визнали результати референдуму, вказуючи на порушення міжнародного права та Конституції України.

## Види пропаганди:

### 1. Створення образу ворога (демонізація):

- Російська пропаганда зображувала новий уряд України як фашистський, неонацистський та антисемітський, щоб викликати страх і ненависть серед кримського населення. Це створювало уявлення про загрозу з боку Києва і необхідність захисту.

### 2. Дезінформація та маніпуляції:

- Російські ЗМІ активно поширювали неправдиву інформацію про насильство та хаос в Україні, створюючи враження, що єдиним способом забезпечити безпеку є приєднання до Росії.
- Використовувалися сфабриковані новини, перебільшені факти та спотворені події, щоб маніпулювати громадською думкою.

### 3. Пропаганда страху:

- Постійно наголошувалося на уявних загрозах для російськомовного населення в Україні. Це включало твердження про можливі етнічні чистки, насильство та дискримінацію з боку нової української влади.

#### 4. Контроль над медіа:

- Росія контролювала інформаційний простір у Криму, блокуючи українські телеканали і поширюючи тільки проросійську точку зору.
- Пропагандистські матеріали трансливалися через телебачення, радіо та друковані видання, формуючи однобічний погляд на події.

#### 5. Психологічний тиск:

- Присутність озброєних терористів і провладних парамілітарних груп створювала атмосферу залякування, що впливало на поведінку виборців.
- Відомості про можливі репресії проти тих, хто підтримує єдність з Україною, посилювали почуття небезпеки серед населення.

Так званий референдум у Криму проводився в умовах військової окупації та масованої пропаганди, що значно вплинуло на його результати. Росія використовувала демонізацію ворога, дезінформацію, пропаганду страху, контроль над медіа та психологічний тиск, щоб забезпечити підтримку анексії Криму та легітимізувати свої дії перед міжнародною спільнотою і власним населенням.

Російські ЗМІ подавали ці події як історичні і єдино вірні, а також нахвалявали самопроголошене терористичне керівництво Криму за їхні несанкціоновані дії. Паралельно повідомлялось, що дислоковані у Криму Збройні Сили України нібито добровільно покидають військові частини та

масово переходять на сторону так званого кримського керівництва, вважаючи накази нової центральної влади нелегітимними.

Повідомлення про те, що дислоковані в Криму представники Збройних Сил України добровільно покидали військові частини та масово переходили на сторону кримського керівництва, значною мірою були частиною російської пропаганди. Ось як насправді розвивалися події:

1. Військовий тиск і блокада: після початку агресії країни терориста в Криму, українські військові частини були оточені російськими військами. Російські сили використовували блокади, щоб примусити українських військових здатися. У багатьох випадках українські бази були заблоковані, постачання припинені, а особовий склад був під постійним психологічним тиском.
2. Психологічний тиск і пропаганда: російські військові та проросійські сили вели активну пропагандистську кампанію, спрямовану на деморалізацію українських військових. Їм обіцяли збереження робочих місць, соціальні гарантії та матеріальні блага, якщо вони перейдуть на бік Росії.
3. Поодинокі випадки переходу: хоча деякі українські військовослужбовці дійсно вирішили перейти на бік Росії, більшість залишилися вірними присязі. Перехід був не масовим, як це стверджувала російська пропаганда, а поодиноким і часто вимушеним під погрозами або обіцянками кращих умов.

Отже, повідомлення про масовий перехід українських військових на бік кримського керівництва були перебільшеними або неправдивими, створеними для пропагандистських цілей, щоб легітимізувати російську анексію Криму та деморалізувати українські сили.

Російська пропаганда нагадувала телесеріал із динамічним та драматичним сюжетом. Репортажі про події в Криму стилістично нагадували

старі радянські фільми, пробуджуючи спогади та ностальгію у відповідній категорії глядачів. Такий формат дозволяв тривалий час утримувати інтерес проросійської аудиторії та посилювати її емоційну залученість, створюючи бажану картину реальності і знижуючи критичне сприйняття подій.

Інформаційний простір став важливою сферою конфлікту на півострові. Пропагандистські прийоми, які використовувала країна окупант на етапах підготовки до анексії, свідчать про те, що в Криму проводиться довгострокова і масштабна інформаційно-психологічна операція з використанням усіх видів ЗМІ та пропаганди, створенням різних інформаційних реальностей за допомогою специфічних технологій. Типовими технологіями, що використовуються для впливу на суспільну свідомість через ЗМІ та Інтернет, є

- інформаційні маніпуляції
- дезінформація;
- створення певного іміджу;
- інформаційне домінування;
- залякування.

Маніпулятивні технології спрямовані на зміну поведінки людей або певних спільнот, нав'язування ідей та поглядів несвідомим шляхом. Основою маніпулятивної пропаганди стали проросійські концепції. Для того, щоб ці концепції були ефективними, великий психологічний вплив досягався не через логічну подачу інформації, а через емоційне створення потрібних асоціацій та образів. Певні типи установок, в тому числі ярлики і стереотипи, допомагають створити потрібні образи, яким важко протистояти. Тому головним завданням пропаганди було створення відповідних стереотипів.

Для посилення антиукраїнських настроїв серед певних верств населення ворожі пропагандисти використовували негативні стереотипи. Перші були спрямовані на підтримку переконань у тому, що росіяни та українці - так звані брати і сестри і мають лише спільне майбутнє. Такі стереотипи працювали на просування ворожої ідеології, так званого «русского міра». Окупаційні пропагандисти за дія маніпулювання громадською думкою

та створення негативного враження про українську державу використовували такі типові пропагандистські та дезінформативні тези як:

1. Без Росії Україну чекають політичні та економічні негаразди:
  - Ця теза має на меті створити враження, що Україна не може існувати без підтримки Росії, а також дискредитувати українську владу та незалежність.
2. Україна повністю залежить від російського газу:
  - Ця теза спрямована на підкреслення економічної залежності України від Росії, а також створення враження невиправданої уразливості та нестабільності української енергетики.
3. Націоналісти захопили владу в Україні і заборонили російську мову:
  - Ця теза намагається розповсюдити образ української влади як репресивної та дискримінаційної, а також викликати страх серед російськомовного населення в Україні.

Ці тези є типовими засобами дезінформативної пропаганди, спрямованими на дестабілізацію та дискредитацію української держави, її влади та національних цінностей.

Стереотип про НАТО як про агресивний і ворожий блок формувався ще з радянських часів, а в 2000-х роках цей стереотип активно використовувався окупантами проти військових навчань Sea Breeze. Негативні стереотипи мали на меті прищепити українцям почуття меншовартості та знищити почуття національної ідентичності.

Терористичні символи, такі як триколор і георгіївська стрічка, підкріплювали міф, створений російською владою. Серед них - незаконність передачі Криму українським есерам, волюнтаризм М. Хрущова, який безпідставно «дарував» подарунки Україні, опис Другої світової війни лише як "Великої Вітчизняної війни". Ці та подібні міфи використовувалися для

переписування історії: З початку 1990-х років російська пропаганда намагалася викривити історичні події та представити правові підстави для включення Криму до складу УРСР як незаконні.

Маніпуляції з соціологічними опитуваннями та створення неспокою були одними з інструментів, які використовувалися для того щоб виправдати окупаційні дії бутафорським бажанням самого кримського народу приєднатись до терористичної країни.

Потрібна серія пропагандистських операцій, пов'язаних між собою єдиним пропагандистським ядром і спрямованих на досягнення єдиної мети у визначений часовий проміжок. Ці операції тісно пов'язані з організованою дезінформацією, спрямованою проти населення. Дезінформація як метод психологічного впливу широко використовується у всіх видах психологічних операцій, де основним інструментом є ЗМІ. Дезінформація сприяла поширенню думки про необхідність допомоги РФ через анексію Криму. На прихованому етапі через ЗМІ та соціальні мережі поширювалася дезінформація про просування так званої політики насильницької українізації в Криму, кримськотатарський ісламський сепаратизм, а також про те, що без Росії Крим був би окупований русофобами. Чутки поширювалися через соціальні мережі "ВКонтакте" та "Однокласники", контент і діяльність яких координувалися російськими спецслужбами, які активно створювали неправдиві повідомлення. Саме тому згодом ці пропагандистські соціальні мережі були заблоковані на території України з цілями інформаційної безпеки.

Ефективність такого інформаційного впливу визначалася кількістю лайків, поширень та репостів історій, поширених на цих ресурсах. Шлях поширення чуток полягає в поширенні інформації певного змісту. Чутки зазвичай спрямовані на нижчі соціальні верстви і мають значний вплив на підсвідомість та комплекс свідомості. У міру поширення чутки, як правило, перебільшуються, "уточнюються" і деталізуються. Чутки не тільки поширюються свідомо, але й проявляються через певні інформаційні прогалини. Фальсифікація фактів. Російські ЗМІ спотворювали інформацію

різними способами, наприклад, перебільшуючи незначні події, об'єднуючи окремі інциденти і представляючи їх як частину загальної ситуації, замовчуючи події, які не відповідають окупаційним інтересам. Метою таких викривлень було створення емоційного резонансу. Водночас російська пропаганда заохочувала реципієнтів, які піддавалися на маніпуляції фактами, боротися з «ворогом». Коли інформаційний простір наповнюється сумнівною інформацією або відвертою дезінформацією, це є серйозною ознакою цілеспрямованої інформаційної атаки.

Протягом майже двох десятиліть пропагандистами формувалися думки про "розширення НАТО». Перебільшення певних подій і фактів ворогом тісно пов'язувалося з поширенням інформації, яка спотворювала реальну картину подій в один бік і була спрямована на дискредитацію європейської інтеграції України, її зовнішньополітичного курсу та зближення з Північноатлантичним альянсом.

У цьому допомагало використання образів «таємної змови». Російські ЗМІ постійно тиражували повідомлення про змову країн Заходу проти Росії, про те, що насправді це США веде війну проти Росії руками України. Прагненням молоді України щодо загальноєвропейської інтеграції була протиставлена ідеологія створення євразійської спільноти. Досягнути своїх цілей російські пропагандисти намагалися й за допомогою технології випереджувального удару, коли ефект першості в інформаційному протиборстві дозволяє схилити на свій бік аудиторію, адже люди зазвичай віддають перевагу тій інформації, що надійшла першою, а змінити вже сформовану думку дуже важко. [32]

Методи залякування - це вид пропагандистської стратегії, в якій емоційна складова набагато сильніша за раціональну. Для створення атмосфери страху і загального психозу широко використовувалася алармістська лексика, а також дезінформація, маніпуляція статистикою, емоційна маніпуляція, створення конспірологічних теорій, використання жахливих ілюстрацій, маніпуляція часом і пріоритетами. Ці методи можуть бути використані окремо або в

поєднанні для створення ефективної пропагандистської кампанії, спрямованої на залякування громадськості і досягнення певних політичних, соціальних або економічних цілей

Розуміння цих стратегій та технологій інформаційного впливу є ключовим для протистояння пропаганді та збереження інформаційної свободи. Розвиток критичного мислення та медійної грамотності серед населення є важливими кроками у цьому напрямку. Також важливо підтримувати роботу незалежних ЗМІ та організацій, які забезпечують об'єктивну інформацію та аналіз.

### **3.2. Характеристика здійснення пропагандистських стратегій в період повномасштабного вторгнення РФ на територію України**

24 лютого 2022 року стало переломним днем для нашої країни та народу, терористична країна Росія розпочала повномасштабне вторгнення в Україну. Ця війна тривала вже понад вісім років, але саме 24 лютого вона досягла особливої жорстокості. Російська агресія призвела до страшних наслідків: геноцид українського народу, жертвами якого стають невинні діти, жінки, літні люди та чоловіки. Терористична Росія руйнує вщент цілі міста. Ці злочинні вчинки викликають абсолютне засудження, і їм не може бути жодного виправдання.

У своєму відеозверненні Президент України Володимир Зеленський відзначив, що президент країни окупанта Путін живе у вигаданій реальності, де не усвідомлює, що українці будуть боротися за свою землю і свободу до останнього. Таким чином, підстави пропагандистських стереотипів стали реальними причинами до розв'язання повномасштабної війни.

Країна терорист активно використовує всі засоби масової комунікації для дезінформації громадськості та дискредитації Української держави.

Один із способів впливу через інформацію на сприйняття супротивника полягає у таємному утриманні своїх власних втрат та завищенні чи навіть запереченні успіхів противника. Цей метод пропаганди був відомий давно і застосовувався, зокрема, фашистською Німеччиною. Метод пропаганди, який

полягає в утриманні від громадськості своїх власних втрат та перекручуванні чи запереченні успіхів супротивника, був і є широко використовуваним інструментом пропагандистських кампаній.

Зараз, в епоху інтернету та соціальних мереж, цей метод став ще більш актуальним і небезпечним. Маніпуляція Росії інформацією, поданою через інтернет, може легко викликати розповсюдження фейків та дезінформації. Спеціалісти з пропаганди можуть використовувати цей метод для впливу на громадську думку та створення хибних уявлень щодо поточної ситуації.

Важливо наголосити на ролі незалежних ЗМІ, журналістів та громадськості у відстоюванні інформаційної правдивості. Здатність критично аналізувати інформацію, перевіряти її джерело та переконливо спростовувати маніпуляції стає надзвичайно важливою в умовах інформаційного переповнення та війни. Поширення правдивої та об'єктивної інформації є важливим кроком у запобіганні дезінформації і підтриманні стабільності інформаційного поля.

Саме для цього на державному рівні України, було створено Центр Протидії Дезінформації.

ЦЕНТР ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ (далі – Центр) є робочим органом Ради національної безпеки і оборони України, утвореним відповідно до рішення Ради національної безпеки і оборони України від 11 березня 2021 року “Про створення Центру протидії дезінформації”, уведеного в дію Указом Президента України від 19 березня 2021 року № 106. [34]

Центр забезпечує здійснення заходів щодо протидії поточним і прогнозованим загрозам національній безпеці та національним інтересам України в інформаційній сфері, забезпечення інформаційної безпеки України, виявлення та протидії дезінформації, ефективної протидії пропаганді, деструктивним інформаційним впливам і кампаніям, запобігання спробам маніпулювання громадською думкою.[34]

У своїй діяльності висвітлює тенденції з інформування стану військової справи, ОПК, боротьби зі злочинністю та корупцією, зовнішньої та внутрішньої

політики, економіки, об'єктів критичної інфраструктури, екології, охорони здоров'я, соціальної сфери, формування суспільної свідомості, науково-технологічного напрямку тощо.

Основна увага зосереджена на протидії поширенню неправдивої інформації та боротьбі з інформаційним тероризмом.[34]

Сьогодні Центр активно залучений у протидію російській агресії.

Його пріоритетами є:

1. оперативне інформування населення;
2. розкриття дезінформації та маніпуляцій;
3. забезпечення інформаційної безпеки;
4. боротьба з інформаційним тероризмом.

Головним гаслом Центру є «Не дай себе перемогти, читай лише достовірну інформацію!».[34]

Журналісти ВВС обґрунтовано стверджують, що російська пропаганда приховує власні справжні втрати, суттєво занижуючи офіційну статистику. За даними Міністерства внутрішніх справ України, отримано близько 32 тисяч звернень щодо пошуку російських солдатів. «Ми навіть часто звертаємося до них і запитуємо, чому вони публікують таку інформацію, і чому вони не можуть відшукати своїх власних військових», - скаржаться вони [2].

Пропагандисти держави терористки вдаються до класичних принципів пропаганди, націлюючи свої зусилля на створення сприятливого образу влади та формування вигідної їй громадської думки. Одним з ключових аспектів цієї стратегії є ігнорування аудиторії з вищою освітою, натомість роблячи акцент на масову аудиторію, яка більш схильна до спрощених та емоційно забарвлених повідомлень.

Пропаганда спрямована на спрощення складних проблем, перетворюючи їх на легкі для розуміння меседжі, які легко сприймаються широкими масами. Намість логічних аргументів та фактів, пропагандисти звертаються до емоцій, пробуджуючи страх, гнів або патріотичні почуття. Це дозволяє ефективно маніпулювати громадською думкою, обходячи необхідність у складних поясненнях та обґрунтуваннях.

Особливо значну роль у цій стратегії відіграє використання історичних фактів та символів. Маніпулюючи історією, російська пропаганда вибудовує ідеалізований образ минулого, що служить для зміцнення ідеалів та цінностей серед населення. Вибіркове трактування подій та фігур історії створює викривлену реальність, де факти підганяються під заздалегідь визначений наратив. Це не лише зміцнює внутрішню підтримку влади, але й впливає на сприйняття Росії на міжнародній арені, намагаючись виправдати її терористичні дії та тоталитарну політику.

Такі методи пропаганди призводять до створення альтернативної реальності, де реальні події та факти відступають на задній план перед майстерно сконструйованими ілюзіями. Це підриває можливість критичного мислення та об'єктивного аналізу ситуації як всередині країни, так і за її межами.

Навіть при тому, що російське керівництво офіційно називає війну в Україні "спецоперацією", воно інформує своїх громадян, що українські "нацистські організації" є загрозою для РФ. Близько 76% росіян вважають цю інформацію достовірною. Також 88% росіян переконані, що на території України існують організації, які прихильники нацизму, і 78% підтримують дії президента РФ, включаючи рішення про напад на Україну. Усе що потрібно знати нам українцям про рашистське населення та росію загалом [27].

Важливість ролі незалежних ЗМІ, журналістів та громадськості у розповсюдженні достовірної інформації неможливо переоцінити. Завдяки критичному аналізу та ретельній перевірці джерел, вони допомагають запобігти поширенню дезінформації і формують об'єктивне уявлення про події.

Російська пропаганда використовує широкий арсенал методів та прийомів, спрямованих на створення сприятливого для себе образу, який утримується серед російського населення. Важливо розуміти, що така пропаганда має потенціал впливати на громадську думку та формувати викривлені уявлення про події в Україні.

## ВИСНОВКИ

Під час написання цієї роботи було з'ясовано, що пропаганда є формою комунікації, яка прагне вплинути на громадську думку через поширення фактів, аргументів, чуток, дезінформації та іншої інформації. Метою пропаганди є підтримка певного явища або формування визначеної громадської позиції. Вона часто вибирає інформацію, яка стимулює конкретні узагальнення, навіть якщо ці узагальнення не завжди відповідають дійсності, або використовує емоційні повідомлення замість раціональних аргументів.

Існують різні види пропаганди: офіційна та неофіційна, пряма та непряма, пропаганда через мистецтво, наукова, ідеологічна, реальна, осьова та інші. За своїм цільовим призначенням, пропаганда може бути спрямована на створення або руйнування певних уявлень, сприяння розколу, просування загроз, зневірення, героїзму або просвітництва. Особливо під час війни пропаганда стає ключовою формою комунікації, яка поширює ідеологічні концепції, аргументи та інші повідомлення на широку аудиторію, щоб сформувати громадську думку на користь певної політичної позиції та досягти бажаних результатів.

Основні інструменти пропаганди включають підштовхування до конкретних дій, навіювання, натяки, а також використання непрямих формулювань і елементів авторитету. Для поширення своїх ідей пропаганда часто залучає впливові засоби масової інформації, громадських діячів та різноманітних виробників товарів. Незважаючи на це, найефективнішим засобом поширення пропаганди залишаються засоби масової інформації, які мають можливість охоплювати широку аудиторію та впливати на її думки і переконання.

Пропаганда є потужним інструментом, який використовується для маніпулювання громадською думкою для досягнення політичних, соціальних або економічних цілей. Вона має багато форм і методів, які дозволяють адаптувати її до різних ситуацій та аудиторій, що робить її надзвичайно ефективною в сучасному інформаційному середовищі.

Російські пропагандисти майстерно використовують усі види психологічного тиску та методи пропаганди для досягнення своїх цілей. Вони звертаються до емоцій глядачів, використовуючи страх, гнів і патріотизм, щоб маніпулювати громадською думкою. Використання спрощених і чітких меседжів дозволяє їм легко проникати в свідомість людей, знижуючи здатність до критичного мислення. Пропагандисти країни терористки також маніпулюють історичними фактами та символами, щоб створити перекручену реальність, яка підкріплює їхні наративи. Вони широко застосовують дезінформацію та чутки, щоб сіяти сумніви і розколювати суспільство. Таким чином, їхня пропаганда стає потужним інструментом впливу, здатним формувати громадську думку як всередині країни, так і за її межами.

Анексія Криму терористичною Росією планувалася ще з кінця минулого століття. Була проведена серйозна пропагандистська кампанія. Завдяки ефективному використанню засобів масових комунікацій, пропаганди та дезінформації у ворожих цілях російське керівництво проклало шлях загарбницьким діям, створивши максимально сприятливі умови для реалізації своєї мети - окупації та анексії Автономної Республіки Крим. Висновки цього дослідження демонструють, що пропаганда є потужним інструментом впливу на громадську думку та формування громадських позицій. Російська пропаганда, зокрема, використовує широкий спектр маніпуляцій та інструментів для спрямування думок і переконань суспільства. Проте, ретельне аналіз і розкриття таких маніпуляцій може допомогти зменшити їх вплив. Розвиток медіа освіти, факт чекінг та інші ініціативи з підвищення медійної грамотності можуть зробити споживачів інформації більш усвідомленими і менш вразливими до маніпуляцій.

Додатково, міжнародне співробітництво у сфері протидії пропаганді може забезпечити обмін найкращими практиками та допомогу у боротьбі з дезінформацією.

Тільки завдяки спільним зусиллям можна забезпечити захист від маніпуляцій та зберегти демократичні цінності. Продовження дослідження цієї

проблеми може сприяти розвитку більш ефективних стратегій протидії пропаганді. Можливі напрямки подальших досліджень включають:

1. Аналіз пропагандистських технік: Поглиблений аналіз методів та прийомів, які використовуються пропагандистами для маніпулювання громадською думкою та формування певних поглядів.
2. Вплив медіа: Вивчення ролі медіа в поширенні пропаганди та розроблення стратегій посилення медійної грамотності серед громадян.
3. Міжнародна реакція: Дослідження міжнародної співпраці в боротьбі з пропагандою та розроблення рекомендацій щодо зміцнення міжнародних механізмів протидії дезінформації.
4. Вплив пропаганди на міжетнічні відносини: Аналіз впливу пропаганди на взаємини міжетнічних груп та розроблення стратегій збереження соціальної гармонії.
5. Технологічні інновації: Вивчення використання технологій штучного інтелекту та алгоритмів для поширення пропаганди та розроблення контр заходів для запобігання їхньому зловживанню.

Дослідження в цих напрямках може сприяти розумінню механізмів пропаганди та розробці ефективних стратегій протидії дезінформації, що є важливим для забезпечення інформаційної безпеки та зміцнення демократії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрущенко Т. В., Зеленін В. В. Психологія політичної пропаганди. Методичні рекомендації для самостійної роботи студентів. Київ: НПУ імені М.П. Драгоманова, 2021.
2. Андрусів В. В. Міністерство внутрішніх справ отримало близько 32 тисяч звернень про розшук російських військових в Україні. URL: <https://prm.ua/ministerstvo-vnutrishnikh-sprav-otrymalo-blyzko-32-tysiach-zvernen-pro-rozshuk-rosiyskykh-viyskovykh-v-ukraini/>
3. Баровська А. Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії: аналітична доповідь. Київ: НІСД, 2016.
4. Валюшко І. О. Еволюція інформаційних війн: історія і сучасність. Історико-політичні студії. Серія: Політичні науки. Київ: КНЕУ, 2015.
5. Васильєва Н. В. Пропаганда як складова інформаційно-комунікативної політики і загроза національній безпеці. Таврійський науковий вісник. Серія: Публічне управління та адміністрування. 2022.
6. Власюк А. Антиросійська політична карикатура в Україні як засіб пропаганди у період військового протистояння на Сході України у 2014–2015 роках. Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи. 2015.
7. Воєнна пропаганда РФ – механізми впливу та способи захисту: детальний розбір від Тизенгаузена. 2022. URL: <https://kanal-dom.tv/voyennapropaganda-rf-mehanizmy-vplyvu-ta-sposoby-zahystu-detalnyj-rozbir-vidtyzengauzena/>
8. Гапій В. Е. Пропаганда як інструмент впливу на підсвідомість людини в сучасній Україні. Молодий вчений. 2018.
9. Гетьманчук П. Гібридна війна Росії проти України: інформаційний аспект. 2019.
10. Гойман О. А. Маніпулювання масовою свідомістю в умовах сучасної гібридної війни. Науково-теоретичний альманах Грані. 2015.

11. Гордієнко М. Г. Інформаційні наративи як інструмент гібридної війни. Соціально-політичні процеси в Україні та світі у контексті глобалізаційних перетворень: матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Ірпінь, 23 квітня 2021 року). Ірпінь: Університет ДФС України, 2021.
12. Городиська Н. Філософія та психологія гібридної війни. Воєнні конфлікти та техногенні катастрофи: історичні та психологічні наслідки: матер. І міжнар. наукової конференції. 2021.
13. Даценко А. Ю. Боротьба з російською дезінформацією як напрям захисту інформаційного простору України в умовах «гібридної війни». Актуальні проблеми управління інформаційною безпекою держави: зб. тез наук. доп. наук.-практ. конф. (Київ, 30 березня 2018 р.). Київ: Нац. акад. СБУ, 2018.
14. Демура О. Радянська естетика як окрема міфологічна складова тоталітарної пропаганди. Наукові записки Національного університету Острозька академія. Серія: Філософія. 2015.
15. Денисюк Ж. З. Пропаганда та контрпропаганда в контексті стратегій державної інформаційної політики. Вчені записки ТНУ імені ВІ Вернадського. Серія: Державне управління. 2021.
16. Дзяложинський І. Пропаганда і інформація. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/5940>
17. Догерті Джил. Усі брешуть або як трансформувалися російські ЗМІ. URL:
18. Жадько В. О. Інформаційні війни в історії та сучасності: характерні ознаки новітніх протистоянь. Вид-во НПУ імені МП Драгоманова, 2018. С. 64- 95.
19. Інформаційна війна: як працює російська пропаганда. URL: <http://delo.ua/ukraine/informacionnaja-vojna-kak-rabotaet-rossijskaja-propaganda229022>
20. Каверіна А. С. Проблема пропаганди в українському медіапросторі. Грані. 2015.
21. Ковальський Г. Є. Гібридна війна в умовах інформаційного суспільства. Філософія. Людина. Сучасність. 2017.
22. Ковальчук В. В. Потенціал використання засобів офіційної пропаганди при втіленні гендерної політики третього рейху. Актуальні проблеми

- природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2021»: матер. XXII Всеукраїнська наукова конференція молодих учених. – Черкаси: ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2021.
23. Копійка М. Понятійно-категоріальні характеристики інформаційної безпеки. Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». 2019.
  24. Коруц У. З. Запобігання та протидія пропаганді війни та інформаційним загрозам в Україні. Публічне право. 2020.
  25. Куцька О. М. Інформаційно-психологічне забезпечення операції з анексії Криму Російською Федерацією: історичні передумови та практична реалізація: дис.... Доктора філософії спец. 032. Львів, 2020.
  26. Малик Я. Й. Інформаційна війна і Україна. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/DeVr\\_2015\\_15\\_3.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/DeVr_2015_15_3.pdf)
  27. Майже 80% росіян вірять у «нацистів», яких «підтримує» українська влада: URL: [https://m.gazeta.ua/articles/world-life/\\_majzhe-80-rosiyan-viryat-u-nacistivyakih-pidtrimuye-ukrayinska-vlada/1083342](https://m.gazeta.ua/articles/world-life/_majzhe-80-rosiyan-viryat-u-nacistivyakih-pidtrimuye-ukrayinska-vlada/1083342)
  28. Петрик В. Сутність інформаційної безпеки держави, суспільства та особи. URL: [www.justinian.com.ua/article.php](http://www.justinian.com.ua/article.php)
  29. Почепцов Г. Г. Сенси і війни: України та Російська Федерація в інформаційній і смисловій війнах. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія». 2016.
  30. Соломін Є. О. Україноцентризм і пропаганда: реалії регіонального телемовлення луганщини. Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика. Львів, 2021.
  31. Телешун С. Україна має стати конкурентною державою, що має статус не сателіта, а партнера, доктор політичних наук, професор URL: <http://www.vidkryti-ochi.org.ua>
  32. Туранський М. О. Пропагандистські технології Кремля в створенні антиукраїнських настроїв у латентній фазі підготовки до анексії Криму. Сучасна війна : гуманітарний аспект : Всеукр. наук.-практ. конф., 1 червня 2018 р. Харків : Нац. університет Повітряних Сил імені Івана Кожедуба, 2018.

33. Федічев В. В. Міжнародно-правові аспекти протидії пропаганді війни. Молодий вчений. 2018. №. 6 (54). С. 471-474.
34. ЦЕНТР ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ <https://cpd.gov.ua/documents/про-центр/>
35. Чумак В. І. Інформаційні аспекти забезпечення національної безпеки України в умовах гібридної війни. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2019. Вип. 4 (34). С. 32-36.
36. Шаталова О. А. Інформаційна війна як інструмент впливу в умовах сучасних міжнародних конфліктів. Гуманітарний вісник ЗДІА. 2017. Вип. 75. С. 152-157.
37. Шишолін О. В. Репрезентація та рефлексія соціально-політичної реальності в контексті сучасних військових конфліктів: аналіз масової культури. Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи. 2017. № 9 (10). С. 9-14.

### **АНОТАЦІЯ:**

Дипломна робота присвячена дослідженню особливостей ведення пропаганди у військовий час, зокрема під час російсько-української війни. У роботі проводиться аналіз змісту, теоретичного значення та класифікації пропаганди, а також розглядаються основні аспекти ведення пропаганди в умовах конфлікту. Особлива увага приділяється характеристиці засобів та концепцій ведення військової пропаганди, а також аналізу головних принципів виготовлення і розповсюдження пропагандистських матеріалів. Досліджуються характеристика практичного ведення пропаганди під час російсько-української війни, включаючи основні концепції та принципи виготовлення пропагандистських наративів у час повномасштабного вторгнення РФ на територію України.

**Ключові слова:** пропаганда, війна, конфлікт, Російсько-українська війна, засоби масової інформації, ведення інформаційної кампанії, дезінформація, воєнна пропаганда.

### **ABSTRACT:**

The thesis is devoted to the study of the peculiarities of propaganda in wartime, in particular during the Russian-Ukrainian war. The paper analyzes the content, theoretical significance and classification of propaganda, and examines the main aspects of propaganda in conflict. Particular attention is paid to the characterization of the means and concepts of military propaganda, as well as to the analysis of the main principles of production and distribution of propaganda materials. The characteristics of the practical conduct of propaganda during the Russian-Ukrainian war, including the basic concepts and principles of propaganda narratives during the full-scale invasion of Ukraine by the Russian Federation, are studied.

**Keywords:** propaganda, war, conflict, Russian-Ukrainian war, mass media, information campaign, disinformation, war propaganda.