

**ВОЛОШИН Віктор Романович,**  
курсант 2-го відділення 212 навчальної  
групи 1 курсу ФСБД

## **ОСОБЛИВОСТІ ПРОПАГАНДИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ**

Пропаганда – це поширення політичних, релігійних, філософських, наукових або інших поглядів шляхом донесення масовій аудиторії різних аргументів, правдивих чи напівправдивих фактів, чуток або відвертої неправди. Це «форма комунікації, спрямована на маніпулювання свідомістю конкретно визначеного суб'єкта з метою формування у нього певних уявлень і позицій» [4], одна з форм політичної боротьби. Пропагандистські повідомлення вирізняються з-поміж інших: інформація в них подається вибірково, узагальнено, переважно емоційно забарвлена. Бажаним результатом пропаганди є «зміна ставлення до суб'єкта в цільовій аудиторії, щоб просувати таємні політичні плани» [4]. Термін «пропаганда» набув яскраво негативного емоційного забарвлення вже в наш час, у своєму початковому значенні він мав нейтральне забарвлення.

Російська федерація почала активно поширювати антиукраїнську пропаганду задовго до вторгнення на Донбас та окупації Криму, але навіть після вторгнення на суверенну територію України протягом тривалого часу не визнавала присутність своїх військових у зоні АТО. З початком повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну кількість фейкових новин та дезінформації загалом суттєво збільшується. Росія залучає ресурси в різних частинах світу для проведення пропагандистських операцій за кордоном. За даними американської розвідувальної компанії Nisos, яка спеціалізується на аналізі дезінформації та інших кіберзагроз, Росія поширює пропагандистські ролики на 18 різних мовах – переважно англійською, іспанською, італійською та німецькою. Згідно з дослідженнями VoxCheck щодо російської дезінформації про Україну в телеграмі, Російська Федерація використовує емоції, щоб просувати фейкові наративи.

Наприклад, активно просувались наративи типу «Росія відбудовує Україну», «українці прагнуть приєднатися до Росії». Нейтральне ставлення до України вкрай рідко трапляється в телеграм-каналах, зазвичай емоційність повідомлень поляризована. Так, наприклад, тезу про нацистів та бандерівців проросійські телеграм-канали просувають ще з 2014 року. Із початком активної фази війни агресивна риторика посилилась. У російських новинах не говорять «бійці полку «Азов» – для росіян вони – «укрофашисти» або «націоналісти», а українська влада – «київська хунта». Причому такі висловлювання лунають навіть від посадових осіб рф.

Одне із завдань пропагандистських матеріалів такого типу – посіяти страх серед населення. Проросійські ресурси регулярно пишуть про так звані «біолабораторії» в Україні, посилаються на анонімні «вірогідні» джерела. Один із найпоширеніших методів поширення дезінформації – перекручування слів або

фактів. Наприклад, поширивши статтю ультраправого британського автора «Джека Бакбі», проросійські ресурси зазначили, що начебто Росія знищила дві американські установки залпового вогню HIMARS в Україні, і «в США це визнали поганою новиною для НАТО» [4]. Однак, якщо прочитати оригінальний текст, виявиться, що британець не зазначив, що установки точно знищили російські військові. Натомість він написав: «Якщо звіти про знищення будуть правдивими, то...» [4].

Основні дезінформаційні наративи, що просуває РФ:

- «нацизм» в Україні: українських військових називають «нацистами» під час опису бойових дій для того, щоб дискредитувати та демонізувати противника в очах аудиторії. Аби довести масовість руху прихильників неонацизму в Україні, російські канали продукували численні фотофейки з нацистською символікою;
- агресія Росії виправдана: пропагандисти намагалися аргументувати причини початку широкомасштабної війни, які змінювалися – від «демлітаризації та денацифікації», а також «загрози для росії з боку НАТО» — до того, що нібито Україна намагалася виготовити ядерну бомбу;
- дискредитація чи висміювання представників української влади: наприклад, що Зеленський – наркоман, клоун, аби зменшити рівень серйозності сприйняття президента України;
- росія відбудовує Україну: нібито в містах під російською окупацією поступово налагоджується життя, оскільки РФ активно надає соціальну допомогу мирному населенню: роздає ліки, надає медичну допомогу, починає виплачувати пенсії, будує нову інфраструктуру тощо;
- криза в Європі та світі почалася через Україну: ключова мета наративу – продемонструвати, що кризу спричинили дії саме Заходу, тому нести відповідальність за «необдумані санкції» мають ЄС і США;
- Захід контролює Україну і використовує для своїх цілей: події в Україні називають «проксі-війною між НАТО та Росією», Україну – «полігоном», українців – «гарматним м'ясом» та «розхідним матеріалом». Нібито Росія воює не з Україною, а із НАТО або ж «колективним Заходом», який навмисно спровокував її почати вторгнення. США звинувачуються у спонсорванні «нацизму» та створенні «брудної бомби»;
- Україна загрожує ядерною катастрофою на ЗАЕС: більшість повідомлень пов'язані з нібито обстрілами ЗАЕС із боку України або ж про «ядерний шантаж» з боку України.
- історичні фейки, наприклад, хибні тези, немов «Україна – це колыска давньоруської державності» чи «історична частина росії». Крім цього, російські телеграм-канали маніпулюють на темі спільної історії України та Польщі, розповідаючи про «геноцид, влаштований українськими націоналістами на Волині» [4].

Пропаганда слабо обґрунтовує цілі «спецоперації» і просуває їх у ЗМІ: так, зокрема, виникли проблеми з вживанням ключових термінів – «демлітаризація» і «денацифікація». Частота їхнього вживання на російському телебаченні різко зросла після початку вторгнення, але через два тижні почала знижуватися, а до

червня 2022 року ці слова практично зникли зі словника телеведучих. На початку травня 2022 року видання «Проект» повідомило, що Кремль вирішив скоротити використання в ЗМІ терміна «денацифікація» – одного з ключових слів, що пояснюють вторгнення Росії в Україну. До червня 2022 року, однак, влада і офіційні ЗМІ змушені були продовжувати використовувати терміни «демлітаризація» і «денацифікація».

Головним завданням пропаганди, крім публікації офіційної версії подій, є створення істотних бар'єрів для пошуку достовірної інформації. У російській державній пропаганді використовуються слова «дезінформація» і «фейк» щодо критичних голосів і незалежних ЗМІ, щоб підірвати довіру до цих джерел. Частота вживання таких слів зростає в резонансні моменти воєнних дій – наприклад, під час відходу російських військ із Бучі або взяття Маріуполя. Ця риторика є частиною офіційного дискурсу про «ворожий Захід» і «п'яту колону», яка, нібито, підриває стабільність зсередини. Терміни «іноземний агент», «дискредитація» і «дезінформація» не настільки часто фігурують у дискусії про вторгнення, але в липні вони поступово набирали ваги, що пояснюється регулярним оновленням списку «іноземних агентів» і відкриттям нових справ за відповідними статтями.

Отже, в умовах російсько-української війни дуже важливо усвідомлювати масштаб і наслідки пропаганди, критично споживати інформацію. Пропаганда – потужний інструмент інформаційного впливу. Вона відіграє важливу роль у війні, може бути такою ж руйнівною, як і фізичне насильство. Пропаганда впливає на формування громадської думки, настрої громадськості і навіть може підбурювати до насильства.

Пропаганда – один із засобів маніпулювання масовою аудиторією. Пропагандистські тексти апелюють до емоцій і страху, щоб переконати громадськість у правильності певної точки зору. Міжнародне співтовариство має розглядати пропаганду як серйозну загрозу миру і безпеці.

### **Список використаних джерел:**

1. Цюрупа М.В, Ясинська В.С. Основи сучасної політології: підручник для студентів. 2009, 354 с.
2. Орвелл Дж. Колгосп тварин. Bookchef, 2021. 128 с.
3. Померанцев Пітер. Це не пропаганда. Подорож на війну проти реальності. Yakaboo Publishing, 2020, 288 с.
4. Шевців М. Б., Гончарук К. А. Пропаганда як соціально-політичне явище <http://www.sulj.oduvs.od.ua/archive/2019/1/31.pdf/>