

Міністерство освіти і науки України
Чорноморський національний університет імені Петра Могили
Навчально-науковий інститут післядипломної освіти
Кафедра журналістики

Кваліфікаційна робота
на здобуття ступеня бакалавра

ПРОПАГАНДИСТСЬКА КОМУНІКАЦІЯ У ПРОМОВАХ
А. ГІТЛЕРА ТА В. ПУТІНА: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ

Виконала: студентка IV курсу, групи
448з, спеціальності
061 «Журналістика»

Діська Катерина Андріївна

Керівник: к. політ. н., доцент
Соловйова Анна Сергіївна

Рецензент: канд. філол. наук, доцент
Островська Людмила Станіславівна

Миколаїв – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОПАГАНДИ ЯК ІНСТРУМЕНТУ КОМУНІКАЦІЇ.....	6
1.1. Поняття та сутність пропаганди.....	6
1.2. Вплив пропаганди на суспільство.....	9
1.3. Особливості пропаганди в умовах війни.....	14
Висновки до розділу 1.....	15
РОЗДІЛ 2. ПРОПАГАНДА ПУТІНА ТА ГІТЛЕРА: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ.....	17
2.1. Засоби ведення військової пропаганди.....	17
2.2. Пропагандистські стратегії А. Гітлера.....	21
2.3. Пропагандистські стратегії В. Путіна.....	24
Висновки до розділу 2.....	25
РОЗДІЛ 3. ПРОПАГАНДИСТСЬКА КОМУНІКАЦІЯ А.ГІТЛЕРА ТА В.ПУТІНА: МЕТОДИ ВИЯВЛЕННЯ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПРОТИДІЇ.....	27
3.1. Путінська пропаганда в українському медіапросторі після 24 лютого 2022.....	27
3.2. Трансформація пропаганди фашизму: від Гітлера до Путіна.....	31
3.3. Механізми ведення воєнної пропаганди у період повномасштабного вторгнення РФ на територію України.....	34
Висновки до розділу 3.....	36
ВИСНОВКИ.....	38
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44
ДОДАТКИ.....	50

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Тема пропагандистської комунікації у промовах політичних лідерів є актуальною в сучасному світі. Пропаганда, як спосіб маніпулювання і впливу на громадську думку, застосовується в політичній сфері давно. Але з появою нових засобів масової комунікації і соціальних медіа, вона набула нових форм і розмірів.

Пропагандистська комунікація у промовах політичних лідерів має на меті впливати на емоції, переконання і поведінку громадськості, нерідко зокрема шляхом маніпулювання фактами, створенням стереотипів та розповсюдженням дезінформації. Це може бути зроблено за допомогою риторики, стилістичних засобів, образів, використанням емоційно заряджених слів і фраз.

Зростання впливу соціальних медіа створює ідеальні умови для поширення пропаганди. Політичні лідери використовують соціальні мережі, такі як Twitter, Facebook, YouTube і Instagram, для прямого спілкування з виборцями. Вони можуть розповсюджувати свої ідеї, ставлення до певних проблем і політичних опонентів безпосередньо через ці платформи. Це дає їм можливість ефективно контролювати і формувати публічну думку.

Отже, пропагандистська комунікація у промовах політичних лідерів залишається актуальною темою, яка потребує уваги і обговорення. Здатність впізнавати та протиставляти пропаганду є важливим кроком у забезпеченні здорового демократичного суспільства і розвитку критичного мислення у громадян.

Мета дипломної роботи полягає у здійсненні аналізу теоретичних засад дослідження пропаганди як інструменту комунікації, аналізу пропагандистських стратегій А. Гітлера та В. Путіна, а також розкриття механізмів ведення воєнної пропаганди у період повномасштабного вторгнення РФ на територію України.

Відповідно до поставленої мети необхідно виконати такі **завдання**:

- 1) розглянути поняття та сутність пропаганди;
- 2) визначити вплив пропаганди на суспільство;
- 3) здійснити порівняльний аналіз пропагандистських стратегій А. Гітлера та В. Путіна;
- 4) розкрити особливості путінської пропаганди в українському медіапросторі після 24 лютого 2022;
- 5) виявити механізми ведення воєнної пропаганди у період повномасштабного вторгнення РФ на територію України.

Об'єктом дослідження є пропаганда як інструмент комунікації.

Предметом дослідження є порівняльний аспект пропагандистської комунікації у промовах А. Гітлера та В. Путіна.

Методи дослідження: термінологічний аналіз, функціональний аналіз, спостереження, опитування, аналіз, узагальнення результатів аналізу.

Наукова новизна полягає в тому, що автор здійснив спробу комплексно дослідити порівняльний аспект пропагандистської комунікації у промовах А. Гітлера та В. Путіна, систематизувати теоретичні дослідження з вказаної тематики, а також всебічно розкрити методи виявлення та інструменти протидії пропагандистської комунікації А. Гітлера та В. Путіна.

Практичне значення одержаних результатів полягає в популяризації теми пропаганди загалом, особливо в часи війни, коли ми кожного дня на практиці спостерігаємо результати впливу пропаганди на суспільство. Матеріали дослідження, в яких представлені аналізи пропагандистських стратегій А. Гітлера та В. Путіна можуть бути корисні для студентів під час підготовки до курсів «Журналістський фах», «Сучасна українська мова ЗМІ і текстознавство», «Суспільно-політична комунікативна лінгвістика» тощо.

Теоретичне значення дослідження: систематизовано та теоретично проаналізовано пропагандистську комунікацію у промовах А. Гітлера та В. Путіна.

Апробація результатів дослідження. Результати здійсненого дослідження було опубліковано на офіційній сторінці Чорноморського національного університету імені Петра Могили.

Структура дипломного проекту. Робота складається зі вступу, трьох розділів, 9 підрозділів, висновків та списку використаних джерел (50 позиції) та додатків (7). Загальний обсяг роботи – 56 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОПАГАНДИ ЯК ІНСТРУМЕНТУ КОМУНІКАЦІЇ

1.1. Поняття та сутність пропаганди

Поняття пропаганди в науковій літературі визначається як систематичне і навмисне впливання на свідомість і почуття людей з метою маніпулювання їх переконаннями та формування певних поглядів і думок. Пропаганда може використовуватись для розповсюдження політичних, соціальних, релігійних або ідеологічних ідей, а також для сприяння певним цілям або позиціям.

У науковій літературі пропаганда може бути представлена в різних формах і проявах. Наприклад, вона може включати в себе недостовірну або перекручену інформацію, однобічну презентацію фактів, маніпуляцію статистикою, використання емоційного чи психологічного впливу, створення стереотипів або дискредитацію інших точок зору [23].

Пропаганда в науковій літературі може бути особливо шкідливою, оскільки вона може спотворювати об'єктивність істини, спричиняти недостатню критичність інформації та підривати наукові принципи. Вона може перешкоджати розвитку науки та інновацій, а також впливати на прийняття рішень, що базуються на недостовірних або перекручених даних.

У науковій спільноті велика увага приділяється боротьбі з пропагандою та забезпеченню об'єктивності інформації. Наукові стандарти, рецензування, повторюваність експериментів, публікація відкритих даних та прозорість є деякими засобами, які допомагають запобігти пропаганді в науковій літературі і зберегти її достовірність та незалежність [18].

Сьогодні у соціальних науках та гуманітаристиці все частіше звучать заклики відмовитися не лише від застосування пропагандистських методів, але навіть від самого терміну «пропаганда». В якості категоріальної заміни

найчастіше пропонується поняття PR-технологій. При цьому низка українських авторів відкрито протиставляє пропаганду та механізм зв'язків із громадськістю. Тоді як їхні опоненти схиляються до думки, що пропагандистський вплив та «паблік релейшнз» мають багато спільних рис. Як би там не було, ці два феномени повинні бути розділені, як і поняття «пропаганда» та «маніпуляція». Адже остання передбачає, принаймні, три цілеспрямовані дії:

- впровадження у свідомість під виглядом об'єктивної інформації неявного, але бажаного змісту;
- вплив на болючі точки суспільної свідомості,
- збуджує страх, тривогу, ненависть тощо;
- реалізацію задумів та прихованих цілей, досягнення яких комунікант пов'язує із підтримкою громадською думкою своєї позиції [34].

Безумовно, і пропаганда, і маніпулювання припускають наявність масової аудиторії, міцно орієнтованої певні стереотипи. Більше того, маніпулювання входить до арсеналу пропаганди, але загалом призначення останньої ширше – мобілізація громадської думки на підтримку претендують на загальнонаціональний статус цілей та цінностей та політична соціалізація населення. Сьогодні все більше стає очевидним, що пропаганда є механізмом двосторонньої комунікації. Крім нав'язування та інформаційного тиску, вона включає формування громадської думки на основі усвідомлення користі запропонованої політики суспільству. І ще одне уточнення. Незважаючи на те, що спільним для них є посилене впровадження у свідомість певного змісту, на відміну від маніпулювання, пропаганда стверджує певні цілі публічно [15].

Втім, прагнення звести пропаганду до символічного відображення світу зовсім не означає, ніби пропаганда взагалі позбавлена ідеологічного змісту. Вона, перш за все, спрямовує свій вплив на людські цінності та установки та виступає засобом поширення ідеологічних конструкцій у масовій свідомості. Потрібно враховувати і той факт, що в період до, під час та після воєнних дій різного

масштабу широкого поширення набуває саме пропаганда, а не інші види соціально-політичної комунікації.

Сучасні дефініції пропаганди вкотре посилили її ідеологічну складову: «Пропаганда – це цілеспрямована та систематична діяльність з поширення своєї ідеології з використанням усіх доступних коштів, адресована масовим аудиторіям та спрямована на забезпечення реальної політики, що проводиться владою». Певним дисонансом прозвучали цілком нейтральні формулювання політологічного словника 1993 р., у якому пропаганда визначалися як «діяльність усна чи письмова за допомогою коштів масової інформації, що здійснює популяризацію та поширення ідей у суспільній свідомості». Потрібно враховувати ту обставину, що протягом ХХ ст. слово «пропаганда», так чи інакше, використовувалося як засіб політичної компрометації опонентів. Так, після Другої світової війни на Заході політична пропаганда стала жорстко ідентифікуватися з «тоталітарними режимами» як механізм забезпечення готовності масової свідомості до тотальної концентрації влади. Не дивно, тому, що для західної історичної та політологічної думки, великого ступеня, характерні негативні оцінки самого поняття «пропаганда». Так, у визначенні американського теоретика пропаганди, професора Колумбійського університету Майкла Чукаса безпосередньо пов'язуючись з брехнею та свідомими маніпуляціями, позиціонується, як «контрольоване поширення свідомо спотворених уявлень з метою спонукати людей до дій, таким, що відповідає заздалегідь наміченим цілям зацікавлених груп». Більше того, незважаючи на очевидну наявність зворотного зв'язку, пропаганда продовжує розглядатися значною частиною сучасних дослідників як «односторонній процес, де громадськість стає мішенню, а метою зміни суспільного мислення або підказка як має поводитися суспільство» [21].

Таким чином, у сучасних гуманітарних та соціальних науках існує досить широкий спектр визначень пропаганди – від сфери інформації та комунікації до

галузі маніпулювання суспільним думкою. Загалом у ряді співіснуючих нині підходів до визначення сутності пропаганди можна виділити три основні.

Перше визначення ґрунтується на тому, що висновки чи узагальнення будуються на сумнівних та односторонніх доводах, а деякі аргументи або замовчуються чи відверто дискредитуються. У рамках другого визначення «пропаганда» сприймається як спосіб поширення навмисно помилкових ідей. І, нарешті, третє – загальнокультурне – включає у сферу пропаганди велику область суспільних відносин, включаючи освіту та розваги, політику, журналістику та мистецтво. На користь останньої позиції говорить те, що пропаганда не виступає лише інструментарієм ідеології, а й самостійним елементом у загальній структурі ідеологічної системи, особливо в умовах радянської «ідеократії».

1.2. Вплив пропаганди на суспільство

Пропаганда має потужний вплив на суспільство і може мати як позитивні, так і негативні наслідки. Залежно від того, як вона використовується, вона може бути інструментом для маніпуляції, контролю та поширення неправдивої інформації, або засобом підтримки і поширення ідей, цінностей та мобілізації громадської підтримки.

Одна з основних тенденцій розвитку сучасного суспільства полягає в різко збільшеному значенні інформаційних технологій. Саме вони сьогодні надають вирішальний вплив на зміни, що відбуваються в соціальній структурі суспільства, економіці, в цілому розвиток інститутів демократії. При цьому під інформаційними технологіями розуміється не тільки технічна (телекомунікаційна чи інша) складова, а й методи, засоби, прийоми, пов'язані з розповсюдженою інформацією та її вплив на формування нових та руйнацію старих цінностей, норм, форм поведінки тощо [41].

Становлення інформаційного суспільства, саме так визначають вектор цих змін науковці, може бути охарактеризовано багатьма характеристиками. Так, до позитивних відносять, наприклад, вирішення проблеми інформаційного кризи, тобто. дозволено протиріччя між інформаційною лавиною та інформаційним голодом, формування інформаційної єдності всієї людської цивілізації, вільний доступ кожної людини до інформаційних ресурсів усієї цивілізації тощо.

Однак, крім позитивних моментів, очевидні і небезпечні тенденції – вплив на суспільство засобів масової інформації, проблема відбору якісної та достовірної інформації та ін. До найбільш небезпечних джерел загрозою є суттєве розширення можливості маніпулювання, як свідомістю людини, так і цілих соціальних груп. Можливості та зміни, які несе з собою інформаційне суспільство, не могли не торкнутися такого явища, яким є пропаганда. Природно, що структурні зміни суспільства зачіпають у тій чи іншій мірі усі сфери життєдіяльності людей, призводячи до нових форм взаємодії з-поміж них та нового змісту цієї взаємодії [31].

Слідом за змінними соціальними умовами відбувається модифікація системи управління масовими процесами, які включають не тільки розробку нових методів і технологій масового впливу, але й, що важливо, трансформацію суб'єкта та об'єкта цього впливу. Глобальна модифікація систем управління, у свою чергу, веде до неадекватності теоретичних і прикладних схем її аналізу, що існували, і в кращому випадку будуть давати дуже приблизні дані. Це твердження не є голосливим, доказом чого є як існуюча криза у стратегічній та тактичній пропаганді, націлена на формування фундаментальних ціннісних систем та їх підтримку в актуальному стані. Спектр причин зниження ефективності застосовуваних інформаційних технологій або отримання зворотного цілей результату досить широкий як для конкретних ситуацій, так і загалом для цієї сфери діяльності [17].

Таким чином, проаналізувавши основні теоретичні підходи до пропаганди, її структури, елементів, спробуємо виділити ті модифікації, які привнесло з собою інформаційне суспільство.

Зупинимося докладніше на основних елементах цієї системи.

1) Джерело пропаганди.

У найзагальнішому вигляді джерелом виступає панівна у суспільстві група (еліта), заради захисту інтересів якої ведеться пропаганда. Проте, як правило, сам процес пропагандистського впливу здійснюється певним «технологічним» апаратом, який безпосередньо зайнятий у процесі виробництва пропагандистських повідомлень, оскільки сам процес носить дуже витратний індустріальний характер.

2) Канали пропаганди.

Засоби масової інформації (хоча детальніший аналіз показує, що це далеко не єдиний комплекс здійснення пропаганди). При цьому ЗМІ розглядаються як своєрідний засіб виробництва та розповсюдження повідомлень, який може бути взятий під контроль представниками елітарної групи, що певною мірою дозволило б уніфікувати зміст пропаганди і тим самим підвищило її ефективність.

3) Повідомлення (зміст пропаганди).

Ми можемо сформулювати два основних завдання, які вирішуються за допомогою повідомлень у структурі пропаганди. По-перше, поширення певної, що відповідає цінностям тієї чи іншої ідеологічної системи, образу соціальної реальності. По-друге, формування в людей, на яких вона направлена, певного способу ставлення до дійсності. У рамках вирішення першого завдання пропаганда створює власну інформаційну модель дійсності, яка не може не відрізнятися від аналогічних моделей, що фігурують у інформаційних лавах ЗМІ. Зокрема, ця модель характеризується чітко вираженою тенденцією у відборі об'єктів зображення.

4) Одержувач пропаганди.

Виходячи з аналізу традиційних підходів, ми можемо зробити висновок, що пропаганда одночасно спрямовано як на індивіда, так і на масу. Індивід не сприймається як щось індивідуальне. Враховуються лише спільні з іншими риси, такі як мотивації, почуття, думки. Пропаганду цікавлять лише типові, спільні з іншими членами суспільства, соціальної групи якості індивіда. У зв'язку з цим об'єктом для неї виступає якась «середня» людина і саме її «середні» дії будуть для неї значущі.

5) Результати пропаганди.

Головне завдання пропагандистської дії, на якій в принципі сходяться представники усіх представлених вище теоретичних підходів, полягає у виробленні у свідомості людей бажаних властивостей, якостей, наближення його до ідеалу, що відповідає політичним, культурним та ідеологічним нормам та цінностям того типу суспільства, яке необхідне джерелу пропаганди.

6) Спрямованість комунікації.

Незважаючи на те, що конструкція масової комунікації, на якій ґрунтуються представлені підходи, передбачає наявність певного зворотнього зв'язку, основна орієнтація концентрується на односпрямованому впливі від джерела до одержувача, де одержувач інформації розглядається більшою чи меншою мірою (залежно від підходу) як пасивний об'єкт [32].

Такі у найзагальнішому вигляді ставлення до специфіки елементів і спрямованості пропаганди, що склалися у традиційних соціологічних підходах. При цьому, дані елементи мають певні специфічні риси, характерні для доінформаційної стадії розвитку суспільства.

Отже, здійснивши детальний аналіз впливу пропаганди на суспільство, можемо зробити наступні висновки:

Негативний вплив пропаганди:

I. Маніпуляція інформацією: Пропаганда може використовуватися для зміни думок і переконань людей шляхом забезпечення обмеженого або вибіркового доступу до інформації. Це може призвести до спотворення дійсності та обмеження свободи мислення та вибору.

II. Поширення ненависті: Пропаганда може стимулювати ненависть до певних груп або індивідів, сприяючи розпалюванню конфліктів і насильства в суспільстві. Це може призвести до дискримінації, переслідувань та порушення прав людини.

III. Відсутність критичного мислення: Коли пропаганда поширюється без перевірки та обґрунтування фактів, вона може призвести до відсутності критичного мислення серед населення. Люди можуть безпосередньо приймати неперевірену інформацію як істину, не розбираючись у фактах.

Позитивний вплив пропаганди:

I. Мобілізація громадської підтримки: Пропаганда може бути використана для мобілізації громадської підтримки навколо певної ідеї, проблеми або руху. Вона може сприяти формуванню позитивних змін у суспільстві, підвищувати свідомість і стимулювати дії.

II. Поширення інформації: Пропаганда може бути використана для ефективного поширення інформації про соціальні проблеми, загрози та важливі події. Вона може сприяти освіті і підвищенню обізнаності громадськості.

III. Виховання патріотизму: Пропаганда може використовуватися для зміцнення національної свідомості, підтримки національних цінностей та патріотизму. Вона може сприяти єднанню суспільства та розвитку національного самосвідомого.

Вплив пропаганди на суспільство залежить від контексту, в якому вона використовується, і від здатності громадськості аналізувати інформацію критично та об'єктивно. Запобігання маніпуляціям і спотворенням фактів вимагає

зрозуміння принципів свободи слова, доступу до різноманітної інформації та критичного мислення.

1.3. Особливості пропаганди в умовах війни

Пропаганда в умовах війни має свої особливості, оскільки її метою є маніпулювання масовою свідомістю, формування певних поглядів і настроїв серед населення з метою досягнення політичних, військових або інших цілей. Ось деякі особливості пропаганди в умовах війни:

1. **Інтенсивність:** Пропаганда війни часто має високу інтенсивність та посилюється з початком військових дій. Масові комунікації, такі як телебачення, радіо, соціальні медіа і преса, активно використовуються для поширення пропагандистських повідомлень.

2. **Емоційна дія:** Пропаганда в умовах війни спирається на викликання сильних емоцій серед населення, таких як страх, гнів, патріотизм або співчуття. Ці емоції можуть бути використані для мобілізації та підтримки військових зусиль.

3. **Дезінформація:** Пропаганда війни часто включає елементи дезінформації, коли поширюються неперевірені або неправдиві повідомлення з метою збентежити ворожі сили, змінити погляди населення або порушити їх довіру до власного уряду.

4. **Створення ворога:** Пропаганда в умовах війни сприяє створенню образу ворога, що допомагає об'єднати суспільство проти загрози. Ворог може бути зображений як жорстокий, бездушний або небезпечний, з метою змусити населення підтримувати військові дії проти нього.

5. **Контроль над інформацією:** Умови війни часто супроводжуються обмеженнями на свободу слова та контролем над масовими комунікаціями. Влада

може встановлювати цензуру, монополізувати інформаційні ресурси або розповсюджувати лише односторонні пропагандистські повідомлення.

6. Використання символів і героїв: Пропаганда війни активно використовує символи, слогани та героїв для створення сприятливого образу своїх військових сил і мобілізації підтримки серед населення.

7. Психологічний вплив: Пропаганда в умовах війни спрямована на вплив на психологічний стан людей. Вона може намагатися підняти моральність власних сил, засудити ворожу сторону, створити віру в перемогу або навіть деморалізувати ворожі сили [19].

Важливо зазначити, що пропаганда війни є маніпулятивним інструментом, який не завжди відображає об'єктивну реальність подій. Розрізнення і критичне осмислення інформації важливі для розуміння контексту та оцінки подій під час війни.

Висновки до першого розділу

Теоретичні засади дослідження пропаганди як інструменту комунікації надають можливість глибше розуміти природу, мету та ефективність пропагандистських зусиль. Нижче наведено деякі висновки, які можна зробити на основі таких досліджень:

1. Пропаганда є систематичною спрямованою комунікацією, яка має за мету впливати на свідомість, переконання та поведінку цільової аудиторії. Вона використовує різні засоби та методи, щоб передати певні ідеї, переконання або ідеологію.

2. Пропаганда має потужний вплив на суспільство, оскільки вона може змінювати сприйняття інформації, формувати громадську думку та ставлення до певних питань. Вона може бути використана для мобілізації мас та створення

соціальної підтримки для конкретних політичних, соціальних або економічних цілей.

3. Пропаганда оперує різними стратегіями та техніками, такими як емоційне звернення, маніпуляція інформацією, створення стереотипів та образів, заохочення конформізму тощо. Ці методи дозволяють пропагандистам ефективно впливати на аудиторію та змінювати її погляди.

Вивчення пропаганди допомагає розрізнити між інформацією та маніпуляцією, розуміти приховані мотиви та інтереси, які стоять за пропагандистськими повідомленнями. Це розвиває критичне мислення та навички медіаграмотності у споживачів інформації.

РОЗДІЛ 2. ПРОПАГАНДА ПУТІНА ТА ГІТЛЕРА: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

2.1. Засоби ведення військової пропаганди

Засоби ведення військової пропаганди варіюються в залежності від контексту і ситуації. Пропаганда може бути використана для підтримки воєнних дій, мобілізації громадської думки, формування певних уявлень і стереотипів, а також для впливу на міжнародну спільноту. Ось деякі типові засоби ведення військової пропаганди:

1. Медіа-канали: Державні або військові організації можуть створювати телевізійні, радіо та Інтернет-канали для поширення спеціально підготовленого контенту, який пропагує військові цілі та дії.

2. Прес-конференції та брифінги: Офіційні представники можуть проводити прес-конференції та брифінги, на яких поширюється інформація, спрямована на формування певних думок або пояснення воєнних подій з певної перспективи.

3. Соціальні медіа: Використання платформ соціальних медіа, таких як Twitter, Facebook, Instagram та YouTube, може допомогти поширити повідомлення й залучити широку аудиторію. Створення спеціального контенту, включаючи відеоролики, графічні зображення та інфографіку, може бути ефективним засобом впливу.

4. Інформаційні бюлетені та проспекти: Видача інформаційних бюлетенів та проспектів для військових та громадськості може допомогти поширити спеціально підготовлену інформацію та погляди на конфлікт.

5. Піар-кампанії: Використання професійних PR-кампаній для створення позитивного враження про воєнні операції, зміцнення підтримки від громадськості та формування сприятливого ставлення до військової діяльності.

б. Вплив на міжнародну спільноту: Залучення дипломатичних каналів, лобіювання та вплив на міжнародні організації та партнерів з метою формування сприятливих відносин і отримання підтримки для військових цілей [43].

У своїй монографії «Основні принципи воєнної пропаганди» бельгійська історикinja Анна Мореллі досліджувала досвід воєн та колоніальних конфліктів ХХ століття та їхнє відображення у військовій пропаганді.

А. Мореллі виділяє 10 основних засад військової пропаганди:

1. Ми не хочемо війни, ми лише захищаємось

За словами Мореллі, державні діячі всіх країн завжди урочисто запевняли, що не бажають війни. У суспільстві війни сприймаються негативно, крім вкрай рідкісних випадків. З появою демократії згода населення стає обов'язковою, тому війна має відкидатись суспільством. «Якщо всі лідери натхнені однією і тією ж волею до світу, виникає питання, чому зрештою спалахують війни?», запитує дослідник, але відповідає на нього в другому принципі.

2. Наш супротивник несе повну відповідальність за цю війну

Цей принцип випливає з факту, що кожна сторона має бути змушена оголосити війну, щоб завадити супротивникові «зруйнувати наші цінності» і поставити під загрозу нашу свободу або знищити нас. Це парадокс війни, що ведеться для запобігання війнам і відсилає до фрази Джорджа Оруелла з його антиутопії «1984»: «Війна – це мир». Ріббентроп виправдовував війну проти Польщі словами: «Фюрер не хоче війни. Він наважується на це з важким серцем. Але рішення про війну та мир залежить не від нього. У деяких життєво важливих для рейху питаннях Польща має поступитися та виконати вимоги, без яких ми не можемо обійтись. Якщо Польща відмовиться, відповідальність за конфлікт ляже на неї, а не на Німеччину» [17].

3. Лідер нашого супротивника спочатку злий і схожий на диявола

Персоніфікація образу ворога у власних очах громадян — найважливіше завдання. Мореллі пише: «Ви не можете ненавидіти групу людей загалом, навіть

як своїх ворогів. Тому ефективніше спрямовувати ненависть на керівну особистість ворожої країни. Таким чином, у «ворога» буде особа, і ця особа, природно, стане об'єктом ненависті» [27].

4. Ми захищаємо благородну справу, а не свої особливі інтереси

Мореллі аналізує, що економічні та геополітичні цілі війни мають бути замасковані ідеалом, моральними та законними цінностями. Так, Джордж Буш-старший, говорячи про війну в Перській затоці заявив: «Боротьба йде не за нафту, а проти жорстокої агресії». 22 січня 1991 року Le Monde писала: «Мета цієї війни – це перш за все цілі Ради Безпеки ООН. Ми беремо участь у цій війні з причин, що лежать в основі рішень Ради Безпеки, і наша мета по суті полягає у звільненні Кувейту».

5. Ворог цілеспрямовано робить звірства; якщо ми робимо помилки, то це відбувається без наміру

За твердженням А. Мореллі, розповіді про звірства ворога є суттєвим елементом пропаганди. Наполягання на тому, що звірства чинив лише ворог, робить розповіді про злочини частиною пропаганди. За її словами, військова пропаганда не задовольняється реальними інцидентами, вона повинна вигадувати нелюдські звірства, щоби ворог виглядав як альтер-его Гітлера. Автор майже не бачить відмінностей у методах опису звірств у різних війнах. Артур Понсонбі описував, як у період Першої світової війни пропаганда країн Антанти описувала групові зґвалтування, вбивства, жорстоке поводження та каліцтва дітей, які чинили німецькі солдати. Мореллі показує, наскільки схожі репортажі про війни в Іраку, Афганістані та Косово.

6. Ворог використовує заборонену зброю

Цей принцип розглядається Мореллі на додаток до попереднього. Під час Першої світової війни кожна з воюючих сторін звинувачувала іншу у застосуванні отруйного газу. Хоча обидві сторони використовували газ і проводили дослідження в цій галузі, він був символічним виразом нелюдської

війни. Тому, за словами Мореллі, він приписувався ворогові як непристойну та підступну зброю.

7. Наші втрати малі, втрати супротивника значні.

Мореллі пояснює цей принцип так: За рідкісними винятками люди схильні приєднуватися до переможної справи. У разі війни перевага громадської думки багато в чому залежить від очевидних результатів конфлікту. Якщо результати не будуть хорошими, пропаганда має замаскувати наші втрати та перебільшити втрати противника».

8. Нашу справу підтримують визнані інтелектуали та художники

За твердженням Мореллі, після Першої світової війни інтелектуали переважно масово підтримували свій власний табір. Кожна сторона війни могла розраховувати на підтримку художників, письменників та музикантів, які підтримують інтереси своїх країн через ініціативи у своїх сферах діяльності [17].

9. Наша справа свята

Цей принцип розуміється дослідником дwoяко: у буквальному значенні війна постає як хрестовий похід, підкріплений божественною місією. Політичні рішення набувають біблійного характеру, що усуває всі соціальні та економічні проблеми. Посилання на Бога робиться по-різному («На Бога уповаємо», «Боже, бережи королеву», «З нами Бог» тощо) і служить виправданню дій суверена без жодного шансу на протиріччя.

10. Той, хто ставить під сумнів нашу пропаганду, допомагає ворогові і є зрадником.

Останній принцип доповнює решту, пояснює Мореллі. Навіть один із принципів, що ставить під сумнів, обов'язково є колабораціоністом. Є лише дві області: хороша та погана. Ви можете бути лише за зло чи проти нього. За цією логікою, противники Косівської війни – спільники Мілошевича. Цілі групи вважаються антиамериканськими: П'єр Бурдье, Режис Дебре, Серж Халімі, Ноам

Хомський або Гарольд Пінтер. У «пацифістську сім'ю» входять Жизель Халімі, Рено, Абат П'єр і друкуючі ЗМІ, такі як *Le Monde diplomatique* [27].

За словами Мореллі, цю процедуру було знову застосовано в іракській війні, хоча світова громадськість була набагато більш розколота, ніж у косовському конфлікті. Бути проти війни означало виступати за Саддама Хусейна. Той самий варіант був використаний у зовсім іншому контексті, а саме під час голосування щодо Конституції ЄС: бути проти Конституції означало бути проти Європи [42].

Важливо пам'ятати, що пропаганда може мати як позитивний, так і негативний вплив. Використання пропаганди для маніпулювання інформацією може порушувати демократичні принципи та загрожувати свободі висловлювання.

2.1 Пропагандистські стратегії А. Гітлера

Адольф Гітлер, нацистський лідер Німеччини, використовував різноманітні пропагандистські стратегії для мобілізації населення та підтримки свого режиму. Деякі з найбільш відомих пропагандистських стратегій, які він використовував, включають такі:

1. Пропагування ідеології: Гітлер вирішив створити сильну націонал-соціалістичну ідеологію, яка ґрунтувалася на расистських ідеях, претензіях на світову першість «арійської раси» та антисемітизмі. Цю ідеологію пропагандували через різні канали, включаючи школи, пресу, радіо та промови.

2. Масові заходи: Режим Гітлера організовував великі масові заходи, такі як партійні з'їзди, паради та мітинги, щоб підтримати ідеологію та відзначити досягнення нацистського режиму. Ці заходи використовувалися для мобілізації та утвердження контролю над населенням.

3. Пропаганда культури: Гітлер розумів важливість культурної пропаганди для формування національної ідентичності та підтримки режиму. Він фінансував масові культурні проекти, такі як будівництво монументів, театральних спектаклів та фільмів, які просували націонал-соціалістичні ідеї.

4. Контроль над інформацією: Режим Гітлера контролював засоби масової інформації, такі як преса, радіо та кіноіндустрія. Це дозволяло контролювати і формувати думку громадськості, подавати інформацію відповідно до ідеології нацистського режиму та формувати негативне ставлення до політичних опонентів.

5. Демонізація ворогів: Гітлер та його пропагандисти активно демонізували політичних опонентів, особливо євреїв, комуністів та інших груп, які вважалися ворогами нацистського режиму. Ворожість до цих груп підкріплювалася антисемітизмом, расизмом та пропагандою страху перед «внутрішніми ворогами» [Див. Додаток В].

Для нацистської пропаганди було кілька об'єктів. Німцям нагадували про необхідність боротьби з іноземними ворогами та скидання євреїв. Протягом періоду, що передувало ухваленню законодавчих або виконавчих заходів щодо євреїв, пропагандистська кампанія створювала атмосферу терпимості до злочинів проти євреїв, головним чином у 1935 році (перед виходом у вересні Нюрнберзьких расових законів) і в 1938 році. , що пішов за «Вночі розбитих вітрин»). Пропаганда заохочувала пасивне схвалення заходів, що насуваються проти євреїв, представляючи нацистський уряд як орган, що поступово відновлює порядок [Див. Додаток А].

Предметом нацистської пропаганди була також реальна та свідомо дискримінація етнічних німців у східноєвропейських країнах, таких як Чехословаччина та Польща, які збільшили свої території за рахунок Німеччини після Першої світової війни. Такі пропаганда закликала до політичної відданості і так званої расової самосвідомості. Вона закликала до введення в оману

закордонні уряди, включаючи Європейські Великі держави, твердженнями, що Німеччина нібито висуває ясні та чесні вимоги концесій та анексії [33].

Кінострічки відігравали важливу роль у поширенні расового антисемітизму – найголовнішого завдання німецької військової влади, оскільки євреї були визначені нацистською ідеологією як найлютіші вороги нації. Фільми, створені нацистами, представляли євреїв «нелюдськими» створіннями, які проникли в арійське суспільство. Наприклад, фільм «Вічний жид», знятий у 1940 році Фріцем Хіпплером, малює євреїв як мандрівних культурних паразитів, поглинених сексом та грошима. Деякі фільми, такі як «Тріумф волі» (1935) режисера Лені Ріфеншталь, прославляли Гітлера та націонал-соціалістичний рух. Дві інші роботи Лені Ріфеншталь, «Фестиваль нації» та «Фестиваль краси», зображували Берлінські Олімпійські ігри 1936 року та пробуджували національну гордість за досягнення нацистського режиму під час проведення Олімпійських ігор [21].

Німецькі газети, головним чином Штурмовик, поміщали на своїх сторінках антисемітські карикатури на євреїв [Див. Додаток Б] Після нападу Німеччини на Польщу у вересні 1939 року, що розпочав Другу світову війну, нацистський режим використав пропаганду для навіювання німецькому та цивільному населенню ідеї, що євреї не лише «нелюди», а й небезпечні вороги німецького Рейху. Нацисти розраховували заручитися підтримкою чи хоча б згодою німців із політикою, спрямованою на повне виселення євреїв із території Німеччини.

Під час здійснення так званого «Остаточного вирішення єврейського питання» – масового знищення європейського єврейства – керівники СС своїми діями в таборах смерті змушували жертв Голокосту вдаватися до хитрощів, необхідних для безперешкодного виїзду з Німеччини та окупованої Європи. Керівництво концентраційних таборів і таборів смерті змушувало ув'язнених, багатьом з яких незабаром треба було загинути в газових камерах, відправляти листівки рідним, повідомляючи про гарне поводження з ними та нормальні умови

життя. Таким чином, табірне начальство використовувало пропаганду для приховування свідчень жорстокості та масових вбивств.

Важливо зазначити, що пропагандистські стратегії Гітлера були надзвичайно ефективними в мобілізації населення та утвердженні його влади. Вони викликали масову підтримку серед населення Німеччини та сприяли розповсюдженню нацистської ідеології.

2.3. Пропагандистські стратегії В. Путіна

Президент Російської Федерації, Володимир Путін, використовує різні стратегії пропаганди для зміцнення своєї влади та підтримки свого режиму. Нижче перераховано деякі з них:

1. Контроль над мас-медіа: Путінський режим має сильний контроль над російськими мас-медіа, зокрема телебаченням, радіо та газетами. Це дозволяє йому контролювати і маніпулювати інформацією, яка доходить до російських громадян.

2. Пропагандистські кампанії: Російський державний апарат часто запускає пропагандистські кампанії, спрямовані на вплив на громадську думку як в Росії, так і за її межами. Ці кампанії можуть включати розповсюдження дезінформації, фейкових новин та маніпулювання соціальними мережами.

3. Наратив російського націоналізму: Путінський режим активно пропагує ідеї російського націоналізму, зосереджуючись на поняттях «російської святині» та «російського миру». Цей наратив має на меті об'єднання російського суспільства навколо ідеї сильної Росії і підтримки Путіна як лідера, що захищає російські інтереси.

4. Демонізація ворогів: Щоб зміцнити свою популярність, Путінський режим зосереджується на демонізації своїх зовнішніх ворогів. Це може включати

зображення Заходу як загрози для Росії, а також акцентування на ідеї геополітичної конфронтації та захисту російських інтересів.

5. Культ керівника: Путінський режим будує культ особистості навколо самого Путіна. Він створює образ сильного лідера, який здатен захистити Росію від загроз і вести країну до величі. Цей культ особистості підтримується як урядом, так і пропагандистськими засобами масової інформації.

Ці стратегії пропаганди використовуються для зміцнення позицій Путіна та його режиму в Росії та на міжнародній арені. Варто зазначити, що цей опис не є вичерпним, а лише надає загальний огляд деяких пропагандистських стратегій, які використовуються Володимиром Путіним.

Висновки до другого розділу

Порівняльний аналіз пропаганди Путіна та Гітлера дає можливість розглянути схожості та відмінності у використанні пропагандистських методів та стратегій цими двома політичними лідерами. Варто зазначити, що цей аналіз не ставить мету зробити абсолютну рівнозначність між двома режимами чи звинувачувати Путіна в належності до нацистської ідеології, а лише намагається зрозуміти, як обидва лідери використовували пропаганду для досягнення своїх політичних цілей.

Маніпуляція ідеологією: Як Гітлер, так і Путін використовували ідеологію як основу своєї пропаганди. Гітлер прагнув до створення «арійської раси» та відродження Великої Німеччини, тоді як Путін підтримує концепцію «руського миру» і відновлення величі Росії. Обидва лідери використовували ці ідеї для маніпуляції масами і формування єдиного національного світогляду.

Контроль над ЗМІ: Гітлер та Путін докладали великих зусиль, щоб здобути повний контроль над ЗМІ. Вони перекручували факти, широко використовували пропагандистські засоби та маніпулювали інформацією для формування певної

думки в суспільстві. Це дозволяло їм контролювати потік інформації і використовувати його для своїх політичних цілей.

Експлуатація націоналістичних настроїв: Гітлер та Путін обидва використовували націоналістичні настрої для мобілізації підтримки та легітимізації своєї влади. Вони пропагували ідею національної величі, відродження країни та захисту від зовнішнього ворога. Це створювало враження загрози і об'єднувало населення в підтримці свого лідера.

Демонізація ворогів: Як Гітлер, так і Путін активно використовували пропаганду для демонізації своїх ворогів. Гітлер намагався створити образ євреїв як загрози для німецького народу, тоді як Путін критикує Захід, зокрема США та Європейський Союз, зображаючи їх як ворогів Росії та загрозу для російського народу.

РОЗДІЛ 3. ПРОПАГАНДИСТСЬКА КОМУНІКАЦІЯ А.ГІТЛЕРА ТА В.ПУТІНА: МЕТОДИ ВИЯВЛЕННЯ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПРОТИДІЇ

3.1. Путінська пропаганда в українському медіапросторі після 24 лютого 2022

Після 24 лютого 2022 року, коли Росія розпочала повномасштабне вторгнення в Україну, в українському медіапросторі зростає активність і до того розповсюдженої російської пропаганди. Російські ЗМІ та прокремлівські інформаційні агентства активно поширювали дезінформацію та маніпулятивну інформацію з метою впливу на громадську думку.

Основні аспекти путінської пропаганди, які можна спостерігати в українському медіапросторі, включають:

1. Дезінформація та вигадані історії: Російські ЗМІ поширюють невідомі чи вигадані історії, які намагаються змалювати Росію як жертву чи Україну як агресора. Це можуть бути фейкові новини про події на передовій, вигадані інциденти або маніпуляції з фактами.

2. Релятивізація агресії Росії: Російські ЗМІ намагаються привести до невеликого значення агресію Росії, називаючи її «спеціальною воєнною операцією» або «захистом російськомовного населення». Вони намагаються змінити перспективу подій і відобразити воєнну акцію Росії як легітимну реакцію на вигадані загрози.

3. Дискредитація української влади: Російські ЗМІ активно пропагують негативне враження про українську владу, намагаючись зобразити її як неефективну, корумповану або фашистську. Це робиться з метою підірвати довіру до української влади та дестабілізувати ситуацію в країні.

4. Маніпуляція інформаційними джерелами: Російські ЗМІ активно використовують неперевірені або сумнівні джерела, щоб надати легітимності

своїм заявам. Вони поширюють конспірологічні теорії, залучають експертів зі спільноти «проросійських експертів» та використовують контролювані російською владою інформаційні ресурси.

5. Змішування фактів та думок: Російські ЗМІ активно змішують факти з думками, намагаючись змінити сприйняття подій. Вони створюють враження, що вигадані історії або недостовірні дані є фактами, що породжує сплутаність серед громадськості.

Публіцист Д. Самигін вказує на окремі напрямки антиукраїнської обробки населення Росії і напрямки протидії цим впливам та й взагалі російська історіографія стосовно України більше схожа на міфологію та має довгу історію та багато аспектів, включаючи політичні, історичні та культурні аспекти.

I. «Україна — не окрема країна»: Цей міф говорить про те, що Україна не є самостійною країною, а повинна бути підпорядкована Росії. Це відображає неправильне тлумачення історичних подій та ігнорує факти про українську національну ідентичність та бажання незалежності.

II. «Україна — фашистська держава»: Цей міф стверджує, що український націоналізм є фашистським і має антиросійські та антисемітські властивості. Це неправдиве твердження, яке використовується для дискредитації української боротьби за незалежність та впливу на усвідомлення ситуації в Україні.

III. «Україна безвідповідальна для своєї долі»: Цей міф поширюється, щоб підкреслити негативну роль України у власній долі, висміювати її політичні процеси та стверджувати, що країна не здатна самостійно приймати рішення. Це спрямовано на зменшення довіри до українських політиків та підризу суверенітету країни.

IV. «Україна — губитель для російського народу»: Цей міф підкреслює негативний вплив України на Росію, стверджуючи, що українська влада та

націоналісти завдають шкоди російським інтересам та населенню. Це використовується для підтримки військової агресії та анексії територій в Україні.

Ці міфи не мають підґрунтя у реальних фактах та історії, але вони можуть використовуватися для політичних цілей та маніпуляцій з метою контролю над сприйняттям України та її народу. Важливо розрізняти міфи від об'єктивної правди та брати до уваги різні джерела інформації для отримання більш повного та об'єктивного уявлення про будь-яку країну.

Таким чином, українські медіа та активісти намагаються активно протидіяти російській пропаганді та вести інформаційну війну для розкриття дезінформації та встановлення правдивої інформації. Для цього використовуються факт-чекінг, аналіз джерел та розкриття маніпулятивних методів, що використовуються російськими пропагандистами.

3.2. Трансформація пропаганди фашизму: від Гітлера до Путіна

Пропаганда фашизму є складною темою, оскільки вона пов'язана з ідеологією, яка висуває антидемократичні принципи та пропагує насильство, расизм і націоналізм. Надаємо загальну інформацію про те, як трансформація пропаганди фашизму може відбуватися.

Заборона та відторгнення: Багато країн мають законодавство, що забороняє фашистську пропаганду. Це може включати заборону символів, лозунгів, літератури, організацій та публічних виступів, що пропагують фашизм. Крім того, суспільство може широко відторгати фашистські ідеї та висловлювання, усуваючи їх з публічного простору.

Просвітництво та освіта: Освіта є ключовим інструментом у боротьбі з фашизмом. Здійснення просвітницьких заходів, які пояснюють небезпеки фашизму та розкривають його хиби, може допомогти людям усвідомити негативні наслідки цієї ідеології. Критичне мислення, вивчення історії та

підтримка розмаїття культур і народів можуть сприяти зменшенню привабливості фашистської пропаганди.

Медіа та інформаційна грамотність: Розвиток медіа та інформаційної грамотності може бути ефективним інструментом у протидії фашистській пропаганді. Критичний аналіз новин, фак-чекінг, підвищення усвідомленості про маніпуляції та використання медіа можуть допомогти людям розрізнати інформацію, що є фашистською пропагандою, та реагувати на неї адекватним чином.

Політичні та правові заходи: Політичні лідери та урядові структури повинні активно боротися з фашистськими проявами та пропагандою. Створення антидискримінаційних законів, заохочення плюралізму та участі громадян, сприяння соціальній справедливості та зменшення соціальних нерівностей можуть підірвати ґрунт для поширення фашистських ідей.

Зміна соціального середовища: Подолання фашизму потребує перетворень у соціальному середовищі. Важливо працювати над побудовою толерантного суспільства, визнавати та поважати права та гідність кожної людини, незалежно від її походження, раси, релігії чи переконань [38].

Важливо пам'ятати, що боротьба з пропагандою фашизму є складним завданням, і вона повинна здійснюватися на різних рівнях: освітньому, політичному, правовому та культурному. Це потребує спільних зусиль громадян, урядів, освітніх установ та громадських організацій для підтримки демократичних цінностей, людських прав та міжкультурного діалогу.

Пропаганда фашизму була використовувана різними політичними режимами протягом історії. Хоча самі фашистські режими і їхні лідери, такі як Гітлер у Німеччині, і Путін не є фашистами, обидва вони використовували пропаганду для маніпулювання масами та зміцнення своєї влади.

У період Націонал-соціалістичного режиму під керівництвом Гітлера, пропаганда була невід'ємною частиною його влади. Німецька нацистська

пропаганда ставила себе за мету формувати позитивне враження про націонал-соціалістичний режим, пропагувати ідеологію расової переваги та дискредитувати своїх політичних противників, зокрема євреїв, ромів, комуністів та інші соціальні групи [14].

Путінська пропаганда, з іншого боку, працює в аналогічному контексті. Російське керівництво під керівництвом Володимира Путіна використовує пропаганду для впливу на російське суспільство, підтримки своєї влади та розширення своєї геополітичної впливовості. Російська пропаганда створює образ внутрішнього та зовнішнього ворога, нав'язує неправдиві версії подій та дезінформацію, а також залучає емоційні й націоналістичні мотиви для збереження підтримки своєї політики.

Путінська фашистська пропаганда також базується на викривленні історичних даних відповідно до наративів Російської Федерації. 2 серпня в друкованому виданні російських окупантів «Наша Каховка» в рубриці «Історія» вийшла стаття «Одна страна», присвячена 1034-й річниці хрещення Русі [Див. Додаток Г].

Доктор історичних наук, професор Чорноморського національного університету імені Петра Могили Юрій Котляр, галузь спеціалізації якого – історія Півдня України та військова історія України. Він проаналізував основні тези статті, у якій росіяни маніпулюють та спотворюють історичні факти [42].

1. «Одна вера. Один народ». Росіяни завжди аргументували свої вторгнення на територію України «спільністю» віри, мови, історії. Прикладом є те, як вони подають укладення договору Б. Хмельницьким під час Національно-визвольної війни і його публічною присягою на вірність Україні [42].

2. «В 988 году Древняя Русь только зарождалась». Ця теза не відповідає історичній дійсності. Навіть за радянською хронологією Русь була створена в 882 році, хоча насправді ще раніше. Але навіть у разі вказаного датування – зародження держави – понад 100 років – нонсенс [42].

3. «С подачи Петра Порошенко начался подлый раскол Украинской Православной Церкви». Створення Православної Церкви України (ПЦУ) було важливою подією в історії Української Православної Церкви. До 2018 року в Україні існували дві православні юрисдикції: Українська Православна Церква Київського патріархату (УПЦ-КП) та Українська Православна Церква Московського патріархату (УПЦ МП). Упродовж багатьох років існувала політична, культурна та релігійна напруга щодо статусу та незалежності Української православної церкви. У 2018 році ситуація змінилася, коли Православний Патріархат Константинополя (Вселенський патріархат) вирішив надати автокефалію (повну незалежність) Українській Православній Церкві. Вересні 2018 року Вселенський патріарх Варфоломій I підписав Томос про надання автокефалії УПЦ. Це означало, що УПЦ стала самостійною церковною юрисдикцією, відокремившись від Московського патріархату. Основним лідером нової церкви став митрополит Епіфаній, який був обраний головою ПЦУ на об'єднавчому соборі, що відбувся в грудні 2018 року.

Після створення ПЦУ були проведені процеси перехідного періоду, включаючи перепризначення ієрархів та перерозподіл церковного майна. ПЦУ також почала займатись розвитком своєї структури та залученням вірян до нової церкви. У 2019 році ПЦУ отримала повну підтримку від Президента України та деяких політичних сил країни, що сприяло її подальшому зміцненню. Створення Православної Церкви України було важливою подією для українського народу, яка підкреслила його духовну самобутність та бажання мати свою незалежну церкву.

На сьогодні дуже важливо розуміти, що путінська пропаганда аналогічна пропаганді гітлерівський. По усім ознакам, можемо стверджувати, що фашистська ідеологія, яка зародилась у середині ХХ століття знайшла прихильників у сучасній Росії, які так активно стверджують, що вони є борцями з фашизмом і нацизмом.

3.3. Механізми ведення воєнної пропаганди у період повномасштабного вторгнення РФ на територію України

У період повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України, механізми ведення воєнної пропаганди можуть бути використані з багатьох різних напрямків. Пропаганда може бути застосована як на внутрішньому фронті, для мобілізації і подолання опору населення, так і на зовнішньому фронті, для формування образу конфлікту та впливу на міжнародну спільноту. Ось деякі з можливих механізмів ведення воєнної пропаганди:

1. Контроль над засобами масової інформації: Окупанти можуть намагатися придушити або контролювати українські ЗМІ, шляхом блокування незалежних джерел інформації та пропагування своєї версії подій через канали, які перебувають під їх контролем. Це дозволяє ворогові маніпулювати інформацією і створювати вигідний для себе наратив.

2. Дезінформація: Російська пропаганда використовує тактику активного поширення дезінформації, фейкових новин і пропагандистських повідомлень для спотворення подій і створення хаосу. Це може включати розповсюдження непідтверджених звісток, фальшивих фотографій або відео, а також вигаданих свідчень.

3. Маніпулювання емоціями: Воєнна пропаганда спрямовується на активізацію емоцій у населення, таких як страх, гнів або ворожнеча. Це може бути досягнуто через використання провокаційних заголовків, зображень жертв або історій, які мають сильний емоційний вплив на людей.

4. Демонізація ворога: Російська пропаганда може намагатися створити негативне образ ворога, у цьому випадку - України. Це може включати використання загальних стереотипів, розповсюдження образів «фашистської України» або «загарбницької держави».

5. Інформаційна блокада: Окупанти можуть намагатися створити блокаду інформації, яка надходить з України до міжнародної спільноти. Вони можуть перешкоджати роботі журналістів, створювати обмеження на доступ до конфліктної зони, а також здійснювати кібератаки на українські медіа та інформаційні ресурси.

Ці механізми ведення воєнної пропаганди можуть бути використані Російською Федерацією для досягнення своїх політичних та військових цілей. Важливо підтримувати критичне мислення, перевіряти джерела інформації та розуміти, що може бути спотворено або неправдиво під час конфлікту [39].

Щодо інструментів протидії пропагандистській комунікації, ось деякі рекомендації:

1. Критичне мислення: Розвивайте навички критичного мислення, щоб аналізувати інформацію, розрізняти факти від дезінформації та розуміти маніпулятивні методи.

2. Дослідження та перевірка джерел: Перевіряйте достовірність джерел, шукайте різноманітні джерела інформації та порівнюйте думки та факти з різних джерел.

3. Просування медійної грамотності: Розвивайте медійну грамотність, розумійте різні медійні формати, їхні особливості та потенційні маніпулятивні методи.

4. Взаємодія з різними думками: Будьте відкриті до різноманітних поглядів та думок, діліться своїми думками з іншими та вступайте в конструктивний діалог.

5. Освіта та інформаційна кампанія: Освічайте суспільство про методи пропаганди, навчайте медійній грамотності та сприяйте поширенню об'єктивної інформації.

Ці рекомендації можуть допомогти виявляти та протидіяти пропагандистській комунікації не тільки Адольфа Гітлера та Володимира Путіна,

але й будь-яких інших політичних лідерів чи організацій, які використовують подібні методи.

Висновки до третього розділу

Пропагандистська комунікація відомих політичних лідерів, таких як Адольф Гітлер та Володимир Путін, має багато спільних рис, але також має свої відмінності залежно від контексту та часу. Основною метою пропаганди є впливати на громадську думку та переконання, формувати сприятливе ставлення до лідера та його політичних цілей.

Ось деякі загальні методи виявлення пропагандистської комунікації та інструменти протидії, які можуть бути застосовані:

1. Маніпуляція емоціями: Пропагандистська комунікація спрямована на емоційне впливання на аудиторію. Це може включати використання сильних емоцій, таких як страх, гнів або націоналістичні настрої, щоб збудити підтримку та відчуття солідарності з лідером. Важливо бути критичним до таких емоційних звернень та шукати об'єктивні докази.

2. Пропагандистські символи та образи: Пропагандисти використовують певні символи та образи, які сприяють ідентифікації аудиторії з їхніми ідеями та цілями. Це можуть бути національні символи, емблеми, кольори або героїчні образи. Важливо аналізувати контекст та розуміти, які повідомлення передаються через такі символи.

3. Контроль над інформацією: Пропагандисти стараються контролювати потік інформації та перекручувати факти, щоб сприяти своїм політичним цілям. Це може включати широке використання дезінформації, фейкових новин або маніпуляцію інформаційними джерелами. Важливо перевіряти джерела інформації, шукати різноманітні джерела та здійснювати критичний аналіз отриманої інформації.

4. Маніпуляція мовою: Пропагандисти використовують певні слова, фрази та риторику, щоб сформулювати певну нав'язливу думку або ідеологію. Це може включати використання загальноприйнятих слів з новим значенням або створення та поширення специфічних термінів. Важливо бути уважним до такої маніпулятивної мови та шукати об'єктивні тлумачення.

ВИСНОВКИ

Наша дипломна робота пропонує нове вирішення актуального завдання, що полягає в обґрунтуванні теоретичних положень та виявленні порівняльних аспектів щодо аналізу пропагандистської комунікації у промовах А. Гітлера та В. Путіна.

1. Пропаганда – це систематична інформаційна діяльність з метою впливу на думку, переконання та поведінку людей, зокрема для досягнення політичних, соціальних або інших цілей. Суть пропаганди полягає в тому, щоб ширити певну ідеологію, погляди або позиції серед мас, за допомогою різних методів та засобів комунікації.

Основна мета пропаганди – переконати аудиторію у певному погляді, стереотипі або ідеї, вплинути на їхнє світоглядне уявлення та сприйняття певних подій чи ситуацій. Часто вона використовується в політичних контекстах, але може також застосовуватися в рекламі, масових медіа, військових конфліктах та інших сферах життя.

Пропаганда використовує різні методи та техніки для досягнення своїх цілей. Серед них можуть бути маніпуляція інформацією, емоційний вплив, застосування пропагандистських слоганів, створення героїв та ворогів, використання стереотипів, контроль над засобами масової інформації тощо. Пропагандистські матеріали можуть бути поширені через телебачення, радіо, газети, соціальні мережі, політичні мітинги, плакати, листівки та інші канали комунікації.

Важливо розрізняти пропаганду від об'єктивного інформування. Пропаганда спрямована на односторонню передачу інформації з метою впливу на свідомість аудиторії, тоді як об'єктивне інформування має на меті передачу фактів та аналіз подій без певної бійцівської мети. Важливо розвивати критичне

мислення та здатність аналізувати інформацію, щоб бути свідомими споживачами інформації та уникати негативних впливів пропаганди.

2. Пропаганда має потужний вплив на суспільство і може мати як позитивні, так і негативні наслідки. Пропаганда - це систематична спрямована комунікація, яка має за мету впливати на переконання, поведінку та уявлення людей у певному напрямку. Вона використовується різними силами - включаючи політичні режими, корпорації, релігійні організації та інші суспільні групи - для формування думок та контролю над масами.

Позитивний вплив пропаганди може включати мобілізацію народу в час війни або кризи, залучення до благодійних дій або популяризацію певних цінностей. Пропаганда може сприяти формуванню єдності в суспільстві, підвищенню свідомості про певні проблеми та стимулюванню дії.

Проте, негативні наслідки пропаганди можуть бути значною мірою шкідливі. Оскільки пропаганда часто базується на маніпуляції та приховуванні інформації, вона може спричинити спотворення дійсності та сприяти поширенню брехні та міфів. Вона може використовуватися для посилення соціальних нерівностей, формування ненависті до певних груп або переслідування меншин. Пропаганда також може пригнічувати критичне мислення та обмежувати свободу слова і висловлювання. Одна з найбільш небезпечних форм пропаганди - це дезінформація, особливо в цифровій епосі, коли новини та інформація швидко поширюються через соціальні мережі та інтернет. Дезінформація може викликати спотворення думок, паніку, політичні напруження та навіть фізичну шкоду.

Отже, вплив пропаганди на суспільство є складним і суперечливим. Важливо розвивати критичне мислення та медійну грамотність, щоб бути в змозі розрізнати маніпулятивну інформацію від об'єктивних фактів. Також важливо

підтримувати свободу слова, незалежність ЗМІ та прозорість інформації, щоб запобігти небажаним наслідкам пропаганди.

3. Пропагандистські стратегії Адольфа Гітлера та Володимира Путіна мають дуже багато спільних рис, наведемо спільні аспекти фашистських лідерів для порівняльного аналізу:

I. Масова медіа: Як Гітлер, так і Путін розуміли важливість контролю над масовими медіа для розповсюдження своїх ідей. Обидва лідери використовували радіо, телебачення, газети та інтернет для масового поширення своєї пропаганди.

II. Культивування культу особистості: Гітлер і Путін докладали зусиль для створення сильного культу особистості навколо себе. Вони прагнули зображувати себе як сильних і непохитних лідерів, які є єдиними рятівниками своїх націй.

III. Експлуатація емоцій: Обидва лідери використовували сильну емоційну зворушливість у своїй пропаганді. Вони вигравали на націоналістичних почуттях, страхах та недовірі до іноземців, наводячи страх перед ворожістю або загрозою зовнішнього світу.

IV. Маніпуляція фактами: Обидва лідери використовували маніпуляцію фактами й інформацією, щоб створити власну історичну картину та перекрутити дійсність на користь своїх політичних цілей.

V. Ворожнеча до опозиції: Як Гітлер, так і Путін прагнули придушити опозицію і критику, використовуючи різні методи, включаючи законодавчі зміни та репресії проти незалежних ЗМІ, політичних опонентів та активістів громадського сектору.

Варто зазначити, що це лише загальні риси, і кожен лідер мав свої унікальні методи та стратегії пропаганди, вплив яких може бути досліджено окремо. Важливо також враховувати, що це порівняння не має на меті зробити

пряму аналогію між Гітлером і Путіним, а лише розглядає окремі аспекти їхніх пропагандистських стратегій.

4. Після 24 лютого 2022 року, коли Росія розпочала повномасштабне вторгнення путінська пропаганда в українському медіапросторі стала більш активною та агресивною. Основні особливості путінської пропаганди включають наступні аспекти:

I. Дезінформація: Російські медіа активно поширюють непідтверджену і неправдиву інформацію з метою змішувати картину подій та спотворювати реальність. Вони створюють хибні наративи, навмисно викриваючи факти, щоб збудити недовіру та конфузію серед української аудиторії.

II. Маніпуляція емоціями: Путінська пропаганда спрямована на виклик сильних емоцій, таких як страх, гнів та паніка. Вони використовують розгорнуті заголовки, графічні зображення та сильну риторіку, щоб активувати емоційну реакцію та вплинути на свідомість українських громадян.

III. Засіб дискредитації: Путінська пропаганда активно намагається дискредитувати українських політиків, державні інституції, армію та активістів. Вони використовують перекручені факти, змішують правдиву і неправдиву інформацію та навмисно створюють негативний образ України та її лідерів.

IV. Поділ та протистояння: Путінська пропаганда намагається підкреслити внутрішні розбіжності в українському суспільстві та створити конфлікти між різними соціальними групами. Вони підштовхують до розбрату та недовіри, сприяючи поділу суспільства на «проросійські» та «проукраїнські» сили.

V. Використання соціальних мереж: Путінська пропаганда активно використовує соціальні мережі для поширення своїх ідеологічних позицій. Вони використовують ботів та фейкові аккаунти, щоб розповсюджувати дезінформацію, створюючи штучні тренди та маніпулюючи публічною думкою.

VI. Контроль над медіа: Російський уряд має значний вплив на багато українських медіа, які контролюються російськими компаніями або мають проросійську орієнтацію. Це дає їм можливість впливати на редакційну політику, виключати критичні матеріали та пропагувати свою версію подій.

Важливо розуміти, що ці особливості не є вичерпним переліком, а лише загальними тенденціями, які спостерігаються в путінській пропаганді в українському медіапросторі після 24 лютого 2022 року.

5. Воєнна пропаганда грає важливу роль у конфліктах, включаючи повномасштабні вторгнення. Ці механізми мають на меті впливати на громадську думку, формувати певні уявлення, мобілізувати населення та підтримувати психологічну підготовку військових дій. Нижче перераховано деякі загальні механізми, які можуть використовуватися у воєнній пропаганді під час повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України:

I. Дезінформація та маніпуляція: РФ може активно поширювати дезінформацію, фальсифікації та спотворення фактів. Це може включати в себе поширення неправдивих повідомлень через засоби масової інформації, соціальні мережі та інтернет. Метою цього може бути збиття моралі населення України, створення паніки або дезорганізація командування та контролю.

II. Маніпуляція емоціями: РФ може спрямовувати емоції та викликати велику реакцію громадськості. Вони можуть використовувати прийоми, такі як показ жертв, сепаратизму та націоналістичного екстремізму, щоб підкреслити необхідність втручання та обґрунтувати свої дії.

III. Медійна пропаганда: РФ може контролювати засоби масової інформації на окупованих територіях або використовувати російські телеканали та інтернет-ресурси для поширення свого пропагандистського повідомлення. Вони можуть створювати програми, статті та репортажі, що намагаються вплинути на погляди громадськості та створити образ ворога.

IV. Використання соціальних мереж: РФ може активно використовувати соціальні мережі для поширення пропагандистських повідомлень, маніпуляції громадською думкою та створення штучного підтримки своїх дій. Вони можуть використовувати ботів, фейкові акаунти та спеціальні команди, щоб розповсюджувати свою пропаганду, створюючи враження широкої підтримки або незалежних свідків.

V. Демонізація противника: РФ може намагатися демонізувати українську владу, армію та активістів, щоб виправдати свою військову акцію. Вони можуть використовувати стереотипи, спотворення та неправдиві повідомлення, щоб створити образ «фашистської» України або «екстремістських» сил.

Ці механізми воєнної пропаганди можуть використовуватися окремо або комбіновано, залежно від стратегії та цілей РФ у конкретній ситуації. Важливо мати критичне мислення та здатність аналізувати інформацію з різних джерел для отримання об'єктивного уявлення про ситуацію.

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. 89 с.
2. Баровська А. В. Стратегічні комунікації vs пропаганда та контрпропаганда. Інформаційне суспільство в Україні: стан, проблеми, перспективи: Матеріали щорічної науково-практичної конференції за міжнародною участю «Дні інформаційного суспільства-2015», Київ, 19-20 травня 2015 р. / за заг. ред. д. держ. упр., проф. Н. В. Грицяк. «Видавництво «Тезис», 2015. С. 60–63.
3. Баровська А. Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії: аналітична доповідь. Київ: НІСД, 2016. 109 с.
4. Белкін Л. Дослідження методів антиукраїнської російської пропаганди в інформаційних війнах проти України. Scientific works of National Aviation University. Series: Law Journal «Air and Space Law». Т. 3. №. 64. С. 87-94.
5. Боженко З. О. Технологія інформаційного охоплення у комунікаційних технологіях. Економіко-правові та управлінсько-технологічні виміри сьогодення: молодіжний погляд: матеріали міжнародної науковопрактичної конференції: у 2 т. Т. 2. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2021. С. 298-301.
6. Валюшко І. О. Еволюція інформаційних війн: історія і сучасність. Історико-політичні студії. Серія: Політичні науки. Київ: КНЕУ, 2015. № 2. С. 127–134.
7. Васильєва Н. В. Еволюція процесу муніципальної консолідації в Україні. Суспільно-політичний та соціокультурний розвиток південного регіону України: історичні традиції і сучасні тенденції: зб. ст. I Всеукр. наук.-практ. конф. (Одеса, 21–22.05.2015). Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2015. С. 25–28. 75

8. Васильєва Н. В. Пропаганда як складова інформаційнокомунікативної політики і загроза національній безпеці. Таврійський науковий вісник. Серія: Публічне управління та адміністрування. 2022. №. 2. С. 34-41.

9. 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. № 7-8 (6). С. 9-14.

10. Воєнна пропаганда РФ – механізми впливу та способи захисту: детальний розбір від Тизенгаузена. 2022. URL: <https://kanaldom.tv/voyennapropaganda-rf-mehanizmy-vplyvu-ta-sposoby-zahystu-detalnyj-rozbir-vidtyzengauzena/>

11. В'ятрович В. Міфи і війна. 2019. URL: <https://www.ww2.memory.gov.ua/pislyamova-abo-mify-i-vijna/>

12. Гапій В. Е. Пропаганда як інструмент впливу на підсвідомість людини в сучасній Україні. Молодий вчений. 2018. №. 1 (2). С. 636-641.

13. Герасименко О. Основні особливості позитивістського, психоаналітичного і соціологічного підходів до визначення поняття «політична пропаганда». Науково-теоретичний альманах Грані. 2022. Т. 25. №. 3. С. 88-92.

14. Гетьманчук П. Гібридна війна Росії проти України: інформаційний аспект. 2019. С. 296-307.

15. Гойман О. А. Маніпулювання масовою свідомістю в умовах сучасної гібридної війни. Науково-теоретичний альманах Грані. 2015. Т. 18. №. 1. С. 50-56.

16. 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. С. 50-60.

17. Городиська Н. Філософія та психологія гібридної війни. Военні конфлікти та техногенні катастрофи: історичні та психологічні наслідки: матер. І міжнар. наукової конференції. 2021. С. 102-105.

18. Городнича К. В. Пропаганда як технологія політичного маніпулювання. Міжнародні наукові дослідження: інтеграція науки та практики: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 27–28 квітня 2018 р.). Київ : ГО «Інститут інноваційної освіти», 2018. С. 82-84.

19. Гриник Р. О., Пилипенко В. А. Особливості спецпропаганди Японії у другій світовій війні. Віртуальний університет. 2016. URL: https://academy.ssu.gov.ua/uploads/p_57_97345454.pdf#page=136

20. 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. С. 348-350.

21. Денисюк Ж. З. Пропаганда та контрпропаганда в контексті стратегій державної інформаційної політики. Вчені записки ТНУ імені ВІ Вернадського. Серія: Державне управління. 2021. Том 32 (71) № 2. С. 46-50.

22. Дзяложинський І. Пропаганда і інформація. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/5940> 24. Догерті Джил. Усі брешуть або як трансформувалися російські ЗМІ. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/33880>

23. Долгорученко К. О. Вплив нацистської пропаганди на правосвідомість українців в умовах окупації. Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ. 2017. №. 2. С. 90-96.

24. Жадько В. О. Інформаційні війни в історії та сучасності: характерні ознаки новітніх протистоянь. Вид-во НПУ імені МП Драгоманова, 2018. С. 64-95.

25. Інформаційна війна: як працює російська пропаганда. URL: <http://delo.ua/ukraine/informacionnajavojna-kak-rabotaet-rossijskaja-propaganda229022>
26. Каверіна А. С. Проблема пропаганди в українському медіапросторі. Грані. 2015. №. 11 (1). С. 97-101.
27. Ковальський Г. Є. Гібридна війна в умовах інформаційного суспільства. Філософія. Людина. Сучасність. 2017. № 6. С. 89-94.
28. 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. С. 56-58.
29. Колтик О. Підходи до визначення терміну «пропаганда». URL: <https://labipt.com/apporoaches-to-the-definition-of-propaganda>
30. Копійка М. Понятійно-категоріальні характеристики інформаційної безпеки. Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». 2019 №. 46. С. 169-181.
31. Коруц У. З. Запобігання та протидія пропаганді війни та інформаційним загрозам в Україні. Публічне право. 2020. №. 2. С. 80-87.
32. Коруц У. З. Міжнародні механізми протидії пропаганді війни. Знання європейського права. 2020. №. 2. С. 103-107.
33. Котенко А. О. Гібридна війна як форма сучасного міжнародного конфлікту. International relations, part Political sciences. 2017. №. 13. С. 45-55
34. Кримінальний кодекс України: Закон України від 05.04.2001 № 2341-III. Відомості Верховної Ради України. 2001 № 25-26. Ст. 131.
35. Куцька О. М. Інформаційно-психологічне забезпечення операції з анексії Криму Російською Федерацією: історичні передумови та практична реалізація : дис. ... доктора філософії спец. 032. Львів, 2020. 240 с.

36. Леус В. Демонізація ворога, війна – це мир та інші принципи. Розібрали, як працює російська пропаганда. 2022. URL: <https://mc.today/najbilshij-vorog-propagandi-intelektuali-os-osnovni-printsipi-zayakimi-pratsyuyut-propagandisti/>
37. Лизанчук В. Просвітницька і маніпулятивна пропаганда в умовах нинішньої російсько-української війни. Теле- та радіожурналістика. 2018. Вип. 17. С. 22-51.
38. Лігуша К. І., Константинова Л. В. Дослідження методів пропаганди у соцмережах. Тези доповідей студентів і магістрантів на науковій конференції 14 квітня 2016 року. Кіровоград: КНТУ, 2016. С. 524-528.
39. Маєвський О. Політичний плакат і карикатура напередодні Другої світової війни: зарубіжний дискурс. Сторінки воєнної історії України. 2015. № 17. С. 220-229.
40. Майборода С. П. Психологічні методи ведення військових дій у ХХ столітті. День пам'яті та примирення: зб. матеріалів круглого столу, м. Харків, 07 травня 2021 р. Харків, 2021. С. 31-39.
41. Майже 80% росіян вірять у «нацистів», яких «підтримує» українська влада: веб-сайт. URL: https://m.gazeta.ua/articles/world-life/_majzhe-80-rosiyanviryat-u-nacistivyakih-pidtrimuye-ukrayinska-vlada/1083342
42. Малик Я. Й. Інформаційна війна і Україна. URL: http://nbuv.gov.ua/jpdf/DeVr_2015_15_3.pdf 49. Марченко Ю. Пропаганьба: як ідеї пропаганди сторічної давнини працюють в сучасній РФ. Platforma. 2022. URL: <https://platfor.ma/topic/propaganba-yak-ideyi-propagandy-storichnoyi-davnynupratsyuyut-v-suchasnij-rf-na-prykladah/>
43. Мележик Т. Що таке пропаганда: її вплив на людей та як вона працює в умовах війни. 2022. ТСН. URL: <https://tsn.ua/ato/scho-take-propaganda-yiyi-vplivna-lyudey-ta-yak-vona-pracyuye-v-umovah-viyni-2068972.html>

44. Назар М. М. Основні концептуальні позиції пропаганди та ведення ефективної інформаційної війни з російським агресором. Особливості психологічного впливу навчання через мережу Інтернет. 2018. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/723965/1/%D0%9D%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%80%20%D0%9C%D0%9C%20-%20%D0%A2%D0%B5%D0%B7%D0%B8.pdf>

45. Нацистська пропаганда. Музей Голокосту. 2019. URL: <https://encyclopedia.ushmm.org/content/uk/article/nazi-propaganda>

46. Торічний В. О. Дослідження пропаганди як інструменту інформаційного забезпечення державної безпеки. Право та державне управління. 2019. №. 3. С. 183-186.

47. Туранський М. Пропагандистська кампанія Росії у підготовці до анексії кримського півострова. військово-історичний меридіан. Електронний науковий фаховий журнал. 2017. №17. С. 67-80.

48. Феськов І. В., Основні методи ведення гібридної війни в сучасному інформаційному суспільстві. Актуальні проблеми політики. 2016. Вип. 58. С. 66-74.

49. Шпилик С. Інформаційна війна, пропаганда та PR: такі схожі й такі різні... Галицький економічний вісник. 2014. №4. С. 178-288.

50. Юськів Б. М., Хомич С. В. Роль медіа-пропаганди в умовах «гібридної війни». Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць, Вип. 132, Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка. 2017. С. 27-43.

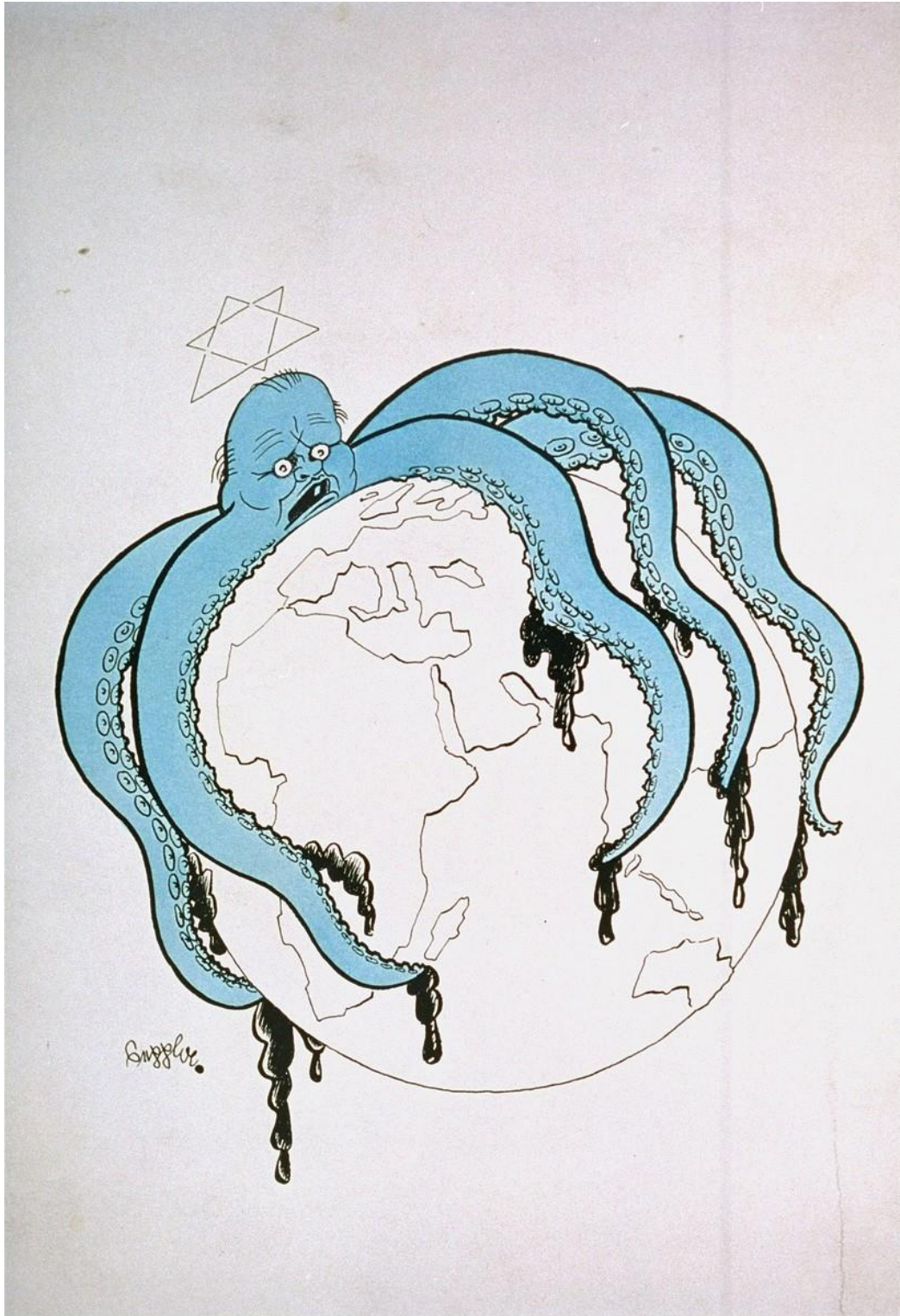
ДОДАТКИ

Додаток А



[42].

Додаток Б



Додаток В



[42].

Додаток Г

НАША КАХОВКА

ІЗДАНИЕ АДМИНИСТРАЦИИ КАХОВСКОЙ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОБЛАСТИ № 1 (2) Август 2022

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА
Самые свежие и актуальные новости — только в информационном журнале Каховки

СТР. 2

АКТУАЛЬНО
Размышления на тему дня

СТР. 4-5

ОБЩЕСТВО
Доказательство: Русская Каховка — пример для всех

СТР. 6-7



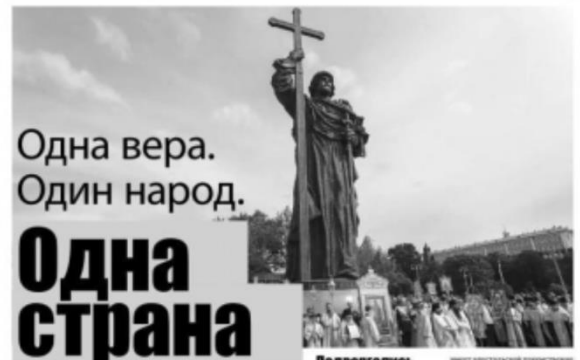
ОДНА ВЕРА. ОДИН НАРОД. ОДНА СТРАНА

В 2022 году 28 июля отмечается 1024-летие Крещения Руси. Переосмыслить это событие трудно. Ведь единая вера берет свой народ от раскола уже свыше десятилетия, невзирая на любые усилия врагов по разъединению.

Дорогие читатели! Вы держите в руках первый номер газеты «Наша Каховка». В первом выпуске мы бы хотели познакомить вас с кратким курсом событий о продолжении работы Администрации нашего города. А также здесь вы сможете найти информацию об открытых вакансиях, полезные номера, номера экстренных служб города, перечень документов, необходимых для получения паспортов, пенсий, родительских паспортов, информацию о приеме в образовательные учреждения и многое другое.

Тем временем: У «Русского радио» появились свои радиоволны в Херсоне — на частоте 106,7 FM. Уже можно слушать самые актуальные новости региона.

1 августа НАША КАХОВКА ИСТОРИЯ 3



Одна вера. Один народ. Одна страна

В 2022 году 28 июля отмечается 1024-летие Крещения Руси. Переосмыслить это событие трудно. Ведь единая вера берет свой народ от раскола уже свыше десятилетия, невзирая на любые усилия врагов по разъединению.

Подвергались испытанию умю но раз — и выступили

В 1991 году Давид Рудык родился в семье Владимира Владимировича и Людмилы Владимировны. Его родители жили в селе Владимировка, Славянский район, в то время это была часть Украины. В 2014 году Давид окончил школу и поступил в университет в Херсоне. В 2022 году он вернулся в Украину и начал работать в администрации города Каховки.

Крещеная Русь — единая Русь

Крещение Руси — это событие, которое объединило все русские земли. Оно стало началом единой культуры, языка и веры. В то время Русь была разделена на множество княжеств, но именно в этот момент они объединились в единое государство. Это событие произошло 28 июля 988 года.

В 2022 году 28 июля отмечается 1024-летие Крещения Руси. Переосмыслить это событие трудно. Ведь единая вера берет свой народ от раскола уже свыше десятилетия, невзирая на любые усилия врагов по разъединению.

[42].

Додаток Д

№ 4

21 июля
2022 года

Наддніпрянська ПРАВДА

ИЗДАНИЕ АДМИНИСТРАЦИИ ХЕРСОНСКОЙ ОБЛАСТИ

Газета издаётся с марта 1928 года.

БОЛЬШАЯ ПЕРЕМЕНА:

НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ

Херсонщина избавится от экстремистов

АНТИ ТЕРРОР

К нарушителям общественной безопасности на Херсонщине будут применять жесткие меры.

Глава ВГА Херсонской области Владимир Сальдо издал Указ «О мерах ответственности за совершение отдельных правонарушений, посягающих на общественный порядок и общественную безопасность».

Документ запрещает любые проявления экстремистской деятельности на территории Херсонщины. В частности, запрещено препятствовать работе во-

Новые возможности для саморазвития и образования открылись детям и подросткам из освобожденных территорий.

полуфиналистов; от путевок в МДЦ «Артек» для победителей до денежного приза на образовательные цели и детские дворовые праздники, на которых юные херсонцы участвуют в различных конкурсах, ролевых играх и



[42].

Додаток Е

4 **КП** Россия
www.kp.ru
Сентябрь 2022

Наши праздники

Анна ШИЛЯЕВА

В воскресенье, 18 июня, Херсону исполнилось 244 года.

Город русской судьбы

Херсон, некогда русский город, отметил недавно день рождения. Ему исполнилось 244 года - солидный возраст. 18 июня 1778 года российская императрица Екатерина II Великая издала указ об основании на том месте, где сейчас находится наш славный Херсон, крепости и верфи. И заложены они были уже 19 октября. Так было положено начало городу, названному в честь славного древнегреческого полиса Херсонеса Таврического. Но отмечать День города начали, конечно же, гораздо-гораздо позже. С 2003 года празднование перенесли на сентябрь.

Вот и на прошлой неделе, 17 сентября, горожане готовились к празднику. Но жизнь внесла свои коррективы...

ОБСТРЕЛ
Масштабную программу праздничных мероприятий пришлось отменить в последний момент. Виною тому - киевский режим, который никак не может смириться с тем, что потерял Херсонскую землю навсегда. 14 сентября, за несколько дней до большого городского праздника, украинская кучма использовала американское оружие дальнего действия, обстреляла самый центр Херсона.

- Произошло страшное, трагическое событие: в результате ракетного обстрела со стороны вооруженных формирований киевского режима в Херсоне погибла молодая семья из четырех человек: отец, мать, двое детей. Погиб также домашний питомец - собака. С глубокой скорбью выражаю соболезнования родным и близким погибших людей, - прокомментировал на следующий день трагедию врио главы администрации Херсонской области Сергей Елисеев.

Жители муниципалитетов также душой и сердцем с Российской Федерацией.

- Россия собирает и объединяет то, что до этого было развалено нашими так называемыми партиями, - говорит скаловчанин Андрей. - Будущее Скадовска, Херсонской области, всех освобожденных территорий и тех, которые еще предстоит освободить, - только с Россией.

ВРЕМЯ ВСЕ РАССТАВЛЯЕТ ПО МЕСТАМ
О том, что Херсон и Россия едины, говорит за себя и история Херсонской земли. Это - русский город с многовековой славной историей побед и достижений, собственными южными традициями и жителями с закаленным характером.

- Ты, дорогой, счастливинок. Тебя родители - Потемкин и Екатерина - изначально сделали баловнем: нарекли колыбелью Черноморского флота, губернским центром. Ты потерял свой статус, но голос Левитана в 1944-м вернул его тебе. Ты рос и прирастал: Шуменский, Остров и Таврический. Легендарный Заботин спускал на воды твои корабли, а в Москве в 1991-м стояли с плакатами: «Хотим жить, как в Херсоне». В 2000-х тебя хотели сделать нищей сиротой на своей земле при украинском хуторе. Время все и всегда расставляет на свои места. В 2022-м ты вернулся в родную гавань. В дом, из которого тебя несправедливо исключили большевики, передав, словно мешок картошки, не оценившему этот дар иждивенцу под именем Украина. Теперь, когда ты вернулся домой, все обязательно вернется на круги своя. Да и не может быть по-другому у колыбели русского флота, стоящего в устье Днепра. Оказавшись в заботливых руках, ты снова прирастешь фабриками и заводами. Это твой судьба! С днем рождения, любимый город, - трогательно поздравила Херсон с праздником замглавы администрации Херсона Екатерина Губарева.

КУРС - ДОМОЙ
К слову, город, несмотря на печальные события, все же не остался без подарка. 19 сентября глава Херсонской области Владимир Сальдо вернулся к работе после длительного лечения. Он уже заявил, что курс Херсонщины на включение в состав Российской Федерации остается твердым и неизменным.

- Работа центральных и местных органов власти будет активизирована на всех направлениях: будут усилены мероприятия по восстановлению экономики, социальной поддержке населения, налаживанию работы жилищно-коммунального хозяйства, борьбе с терроризмом и саботажем, защите представителей государственных органов и предприятий, противодействию обстрелам Херсонщины со стороны украинских боевиков, - твердо заявил он.

рода тоже неразрывно связана с Россией, - рассуждает 71-летний херсонский пенсионер Виталий Лаврентьев.

Мнение земляка разделяет и молодое поколение херсонцев. - Очень хочется стабильности. Хочется знать, что моя бабушка вовремя получит пенсию и что, если понадобится, маме окажут помощь врачи бесплатно. Вель раньше как при Украине было? Легче умереть, чем лечиться. Да, страшно, что случился «прилет», но еще страшнее жить при нацистском режиме. Поэтому мы, херсонцы, всем сердцем с Россией, - говорит 19-летний студент Евгений Волков.

А вот мнение многолетней мамы: - После того как Россия вернулась на свою землю, люди начали свободно говорить на русском языке, изучать родную историю, а также увидели, что Русский мир - это качественные дороги, социальное обеспечение и образование. И, самое главное, возможность для моих детей учиться на русском языке. А то, что не было фейерверков на День города и концертов, так это еще наворачивает.

ДУХ ХЕРСОНЦЕВ НЕ СЛОМИТЬ
Но дух Херсона, который уже вовсю взял курс в сторону дома, в Россию, не сломить.

- Чудовищная провокация, которую устроил киевский режим накануне Дня города, лишь укрепила мысли о том, что нам с ним не по пути. Наша семья - Россия. Наш дом - там. И история го-





Русская Снегиревка возвращается на Родину

Западная пропаганда работает вовсю, пытаясь внушить откровенную ложь. Например — что на Украине живут люди, не имеющие отношения к русскому народу; что Россия якобы захватывает, а не освобождает земли. Конечно, это неправда. И чтобы убедиться во всенародном единстве, достаточно послушать мнения живых людей — вместо сомнительных блогерских каналов.

Есть, конечно, и в России смеющиеся допускать, будто Запад и его киевские пособники принесут мир. Но тем, кто в такое верит, стоило бы взглянуть на разрушенные и разграбленные дома; увидеть списки погибших и слезы тех, кто потерял близких. Вряд ли в здравом уме можно поверить, что этот кошмар устроили во имя мира.

Ради захвата русских городов ВСУ никого не пожалеют

В Киеве обезумели от страха — нацисты ведут обстрелы, даже когда у них нет шансов на успех. Известия о жертвах привлекают внимание неравнодушных к разным городам. Например, к Снегиревке. Которая, кстати, на русской земле не одна. Так называется село под Смоленском. Есть крымская Снегиревка, есть — вблизи Петербурга. А есть город в Николаевской области, который весной 2022 года освободили войска России.

По вине украинских боевиков местные жители лишились света и воды, многие остались без крыши над головой. На видеополках военные из Рос-

ли поселение так же, как свою малую родину. Так что Снегиревка не просто освобождена войсками России — она и была исконно русской.

Историки пока спорят о тех событиях. По одной версии, смоленский помещик хотел, чтобы крепостные трудились на барщине три дня, а не два. Труженики не стали терпеть произвол и подняли восстание. Но бунт подавили, а желавших правды людей сослали в далекие степи. По другой версии, восстания не было: семья просто отправляли с родных земель в Новороссию, когда создавали под Смоленском новое военное поселение.

Одно ясно: переселение было отнюдь не добровольным. Крестьяне месяцы потратили на утомительный путь. Преодолев сотни километров, тоскуя по дому, выходцы из смоленской Снегиревки не жалели сил, обустроившись на новом месте. Кто-то положил здоровье, кто-то не пережил суровых зим. Но люди духом не падали. Хранить память и надежду, несмотря на тяготы — это русские умели всегда.



ет без сомнений в голосе. Бабушка Валя пережила захват родных земель и бегство немец, подъем и развал Советского Союза; застала время, когда нацизм поднял голову в Киеве. И вот дождалась того, что русский народ восстанавливает единство.

«Помни историю, знай корни» — банальная истина, о которой стали забывать. На

кого-то безликий Запад давит угрозами, кого-то подкупает, обещая богатство и привилегии. Теряется наследие, становятся рабами тысячи и миллионы. Но русский народ не исчезнет, пока остаются те, кто любят Родину и никому не продаются.

Вот и работники музея в поселке Шумячи, райцентра недалеко от Снегиревки, не со-

мневаются, когда их спрашивают об истории николаевского села: «Да все мы русские. Смоленские все это земли были! Наши, смоленские». В то время никому в голову не приходило делить, унижать людей из-за происхождения. Что ж, скоро на освобожденные земли наконец придет настоящий мир — без геноцида, без нацизма, без террора.