

Проте характеристик, які дають нам різні джерела, є недостатньо, щоб створити повний образ матері Мазепи. Адже до наших днів не збереглося жодного опису її зовнішності [2, 221]

Отже, можна зробити висновок, що жінки займали важливе місце в суспільно-політичному житті України XVII–XVIII ст. Вони могли не лише впливати, а й визначати перебіг історичних подій, на рівні з чоловіками підписували угоду, приймали дипломатичні місії та брали участь у політичних процесах того часу.

Abstract. The article identifies influential women of the times of the Ukrainian Cossack state. Among them are the wives of Bohdan Khmelnytskyi, Olena and Anna, his daughter, Olena, and the mother of Hetman Ivan Mazepa, Maria Mazepina. Their activities were analyzed and their significance in the social and political life of Ukraine in the 17th - 18th centuries was determined.

Key words: woman, Hetman, Hetmanship.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Апанович О. М. Роль жінки в козацькому вихованні. *Неопалима купина. Народнознавство, історія*. Київ: Генеза, 1993. 144 с.
2. Ковалевська О. Таємниці Козацьких портретів. Київ: ТОВ «Видавництво „Кліо”», 2021. 288 с.
3. Козуля О. Жінки в історії України. Київ: Український центр духовної культури, 1993. 256 с.
4. Кукса В. В., Коломієць Т. В. Роль та значення жінки в козацькій державі. *Сторінки історії*. 2012. № 34. С. 21–32.
5. Луговий О. Л. Визначне жіноцтво України: історичні життєписи. Київ: Дніпро, 1994. 335 с.
6. Ролле Й. Жінки при гетьманському дворі. Київ: Україна, 1994. 130 с.
7. Таїрова-Яковлева Т. Г. Повсякдення, дозволя і традиції козацької еліти Гетьманщини / пер. з рос. Т. Кришталовської. Київ: ТОВ «Видавництво „КЛІО”», 2017. 184 с.

УДК: 93:614.8.013(470)

ТИПОЛОГІЯ ФОРМ І МЕТОДІВ МОСКОВСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ

Д. Д. Пятіна, К. І. Мелекесцев

Анотація. Досліджено механізми створення та впливу пропаганди на населення Росії, визначено основні напрями пропагандистської діяльності прокремлівських ЗМІ та розкрито їхню роль у розпалюванні війни в Україні. Дослідження містить дайджест інформації про різні типи та методи пропаганди, які використовуються в російській інформаційній війні, що може допомогти в подальших роботах на цю тему.

Ключові слова: Україна, повномасштабне вторгнення, пропаганда, фейкові новини, інформаційне протистояння.

Оскар Уайльд назвав журналістику «четвертою владою». З появою перших друкованих газет саме ЗМІ формували суспільну думку, впливали на світогляд читачів та були єдиним доступним джерелом інформації. Зі зміною часу ЗМІ охопили більше сфер впливу, використовуючи телебачення, соцмережі та все більше занижуючи стандарти сучасної журналістики. Вони впливають на свою аудиторію, як і 100 років тому, спираючись на довіру та бажання користувачів залишатися у бурхливому потоці новин. Їх вважають авторитетами, їм довіряють, на них покладаються.

І саме довіру та сподівання з приходом кремлівського диктатора до влади було використано для трансляції мілітаристичної пропаганди протягом двох десятиліть його правління [1].

Дослідженням питання пропаганди у Росії займалися Т. Бевз, К. Мелекесцев, У. Коруч та інші [2; 3; 4]. Їхні роботи охоплюють період ведення гібридної війни Росії проти України та демонструють рушійну силу пропаганди і фейків у розпалюванні війни.

Пропаганда охопила усі сфери життя населення, формуючи вигідну владі картину реальності, у якій пересічних громадян поступово готували до війни та викорінювали усі загальнолюдські цінності, насаджуючи імперську політику реваншизму, що правила країною [5]. Як наслідок – уже 8 років Україна потерпає від війни, розв’язаної путінським режимом, що з 24 лютого перейшла у повномасштабне вторгнення у суверенну державу та життя мільйонів сімей.

Метою цієї роботи є визначити ключові напрями та методи російської пропаганди, що покликані сформувати негативне ставлення до України загалом у світі та до українців у ро-

сійському суспільстві, зокрема. Для досягнення поставленої мети було проаналізовано пропагандистські медіаресурси, підконтрольні кремлівській владі, досліджено методи створення пропагандистського контенту, проведено систематизацію отриманої інформації.

Послугуючись принципом «Усе нове – це добре забыте старе», держава-агресор воскресила геббельсівську пропаганду, зробивши її рупором телеканалів, соціальних мереж, кінематографа та друкованих видань і навіть літератури [6]. Неможливо сказати у прямому ефірі населенню багатомільйонної країни «Йдіть та убивайте», але можна створити ілюзію того, що це єдиний вихід із ситуації, коли твоєму життю та безпеці існує цілком реальна загроза; інтерпретувати власні амбіції та мрії так, немов це особистий вибір кожного окремо взятого громадянина. Вигадати міфічну загрозу, послугуючись радянськими методиками, та надати їй тілесності за допомогою майстерної маніпуляції свідомістю людей.

Використовуючи основні гуманістичні ідеї людства, як-от рівність, безпека та права людини, Росія спотворила їх, вкорінивши їхнє змінене трактування у свою шовіністичну концепцію «російського світу», де усі території, що мають російськомовне населення, йменуються «сферою інтересів Росії із захисту російськомовних» [5]. Інакше кажучи, сама ідея «російського світу» була створена задля легітимізації імперських амбіцій Росії, що проявляються у незаконній анексії, створенні квазіутворень на територіях незалежних держав та розхитуванні політичної ситуації у країні. Як наслідок – Україна, Грузія, Молдова, усі вони стали жертвами Росії та її невгамовних амбіцій.

Пропаганда має довгострокову орієнтацію та впливає на формування суспільної думки поступово, замінюючи власну думку споживача на вигідну замовнику. Але щоб процес був непомітний та надійно закріпився у свідомості людини, інформація подається дозовано, з використанням різних методів бойової пропаганди, що були створені задля розповсюдження її з метою послабити опонента.

Російська пропаганда має кілька цільових аудиторій, яким транслюється різна інформація. Умовно її можна поділити на:

- пропаганду внутрішню, спрямовану на населення країни-агресора;
- зовнішню, спрямовану на зовнішній світ, мета якої полягає у дискредитації та підриві репутації України у світі;
- пропаганду, створену для поширення безпосередньо в Україні за допомогою проросійських ЗМІ, соціальних мереж та інших джерел інформації.

Внутрішня пропаганда – один із наймасштабніших проєктів Кремля. Вона поширюється серед населення за допомогою:

- Кінематографа. Кінострічки, виготовлені на замовлення влади або лояльними до чинної влади авторами. Ці фільми легко вирізнити серед звичайного масового продукту завдяки великій кількості пропагандистських кліше – ідея єдиного православного народу, протиставлення «правильним» росіянам, «занепаłego заходу», яскраво виражені шовіністські та ксенофобські вислови, расова чи етнічна ненависть та інше [7]. Використовуючи кінематограф серед населення, як один із найдоступніших видів розваг, влада прищеплює певні установки, що за допомогою багаторазового повторення накладаються на особисті міркування громадян, підмінюючи критичне мислення на «правильне» з погляду пропаганди. До таких кінострічок можна віднести фільм 2017 року «Крым», кінострічку «Русский характер» 2014 року та чимало інших, що демонструють мілітаристичну політику Росії і спрямовані на формування вигідної Кремлю картини реальності.

- Новин. Сучасні російські новини містять у собі зрежисовані сюжети, що покликані створити фейковий інфопривід задля отримання реакції серед населення [8]. З бюджету на 2022 рік було виділено колосальні 144,8 млрд рублів на пропаганду, що свідчить про її значущість та ефективність у розпалюванні та підтримці війни [9]. До найвідоміших із них можна віднести «референдум» під дулами автоматів на окупованих територіях, історію про розп'ятого хлопчика та створені з уривків виступів західних політиків заяви [10; 11; 12]. Попри незалежні розслідування та спростування, російська публіка їм вірить та вважає правдивими. Як наслідок – вступаючи у дискусію з опонентами, жертви пропаганди апелюють саме до пропагандистських наративів про «8 років» та не здатні аргументовано відповісти на цілком очевидні запитання.

– Розважального контенту. До цієї категорії можна віднести ток-шоу на державних каналах, де регулярно з'являються «біженці» з окупованих територій, які розповідають про міфічних бандерівців, нацистів та геноцид. Псевдонаукові фільми, що розповідають про історію за кремлівською методичкою. Соціальні мережі та месенджери, де поширюється пропаганда, особливо популярними вони стали після 24 лютого, коли Росія розпочала повномасштабне вторгнення.

– Освітніх закладів, де у голови юного покоління вкладаються імперські наративи та мілітаристична політика режиму диктатора [13; 14].

Зовнішня пропаганда має переважно одне спрямування – російськомовні телеканали, що транслюють новини, спрямовані на зовнішню аудиторію [15]. Їхня діяльність спрямована не на те, щоб шокувати публіку, а на м'який вплив на загальну картину подій. Якщо внутрішня пропаганда виставляє українців вбивцями без особливої аргументації, то для зовнішнього кола глядачів російські ЗМІ режисують фейкові новини особливо ретельно, створюючи постановочні репортажі, використовуючи професійних акторів та застосовуючи увесь спектр власних можливостей [16; 17].

Пропаганда, спрямована на розкол української спільноти, багато років транслювалася за допомогою каналів Віктора Медведчука, виправдовуючи агресію, повторюючи тези російських новин та демонізуючи чинну владу [18]. Отже, працюючи під прикриттям незалежних телеканалів, вони повинні були дестабілізувати ситуацію в країні, налаштувавши східні та західні регіони України одне проти одного, щоб використати внутрішні чвари під час повномасштабного наступу Росії.

Серед основних методів російської пропаганди можна виокремити 3 основні прийоми:

– Метод 60 на 40. Де 60 % правдивої інформації, часто викривленої, загортається у 40 % брехні, демонструючи вигідну з погляду влади картину реальності [19].

– Метод великої брехні. Коли створюється вигадана подія, під яку виготовляється спеціальний сюжет. Подія настільки шокує та неправдоподібна, що її різкий контраст із реальністю викликає глибоку психологічну травму та закарбовується у пам'яті. Попри можливі спростування мозок людини просто відмовляється сприймати усі логічні аргументи, адже глядач або читач буквально бачив учасників цієї події та відмовляється вірити у правду, хай якою аргументованою вона б не була.

– Метод більшості. Цей метод активно використовується з 24 лютого, коли державні структури створюють фіктивну статистику, в якій 83 % населення підтримує чинну владу [20]. У цій ситуації, той, хто не підтримує убивств мирного населення, відчувається «білою вороною» та несвідомо починає відчувати себе винним у цьому. Після чого настає друга стадія – прийняття та підтримка. Природно, що людина прагне бути частиною соціуму, а не його вигнанцем.

Результатом багаторічної, цілеспрямованої діяльності пропагандистів стало цілковите перетворення думаючого населення на цілковито підконтрольне владі. Проблема військової пропаганди особливо гостро відчувається у теперішній час, оскільки реальність занадто сильно контрастує з утопічною картиною, змальованою у ЗМІ та мистецтві; і чим більшим буде між ними розрив, тим ширший інструментарій будуть використовувати кремлівські пропагандисти задля відволікання населення. Вивчення питання та пошук його розв'язання – одна з головних задач сучасних науковців, оскільки відносно спокійні десятиліття після завершення Другої світової війни відволікли увагу від такої катастрофічної загрози, як пропаганда. Вона не зникла разом із Геббельсом, лише змінила риторичку на м'якшу, а радіо – на увесь спектр доступних ретрансляторів, але, як і майже 100 років тому, вона дотепер становить цілком реальну загрозу світові.

Статистичні дані про рівень газифікації віддалених регіонів, про наявність водопроводів та звичайних доріг у Росії не цікавить того, хто «переміг», його цікавить кількість ракет, випущених по мирним кварталам України, цікавить, чи є в українців світло, газ та вода після чергової хвилі обстрілів, щоб почати зловтішатися черговій «перемозі», та цікавить кількість загиблих від скидання бомби на драмтеатр чи пологовий будинок.

Пропаганда цілковито зруйнувала російське суспільство, перетворивши його на терористичне угруповання, найчисельніше в історії. Пропаганда країни-терориста – одна із рушійних сил у розв'язуванні війни у ХХІ ст., вона – найточніша зброя масового ураження, що була створена у Росії.

Abstract. The study is based on the research of mechanisms of the creation of propaganda and its influence on the population of Russia, the main directions of the propaganda activity of the pro-Kremlin mass media were determined, and their role in inciting the war in Ukraine was revealed. The research provides a digest of information on various types and methods of propaganda used in Russian information warfare, which can help in future works on the topic.

Keywords: Ukraine, full-scale invasion, propaganda, fake news, information warfare.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Пятіна Д. Фейкові новини, як засіб інформаційної війни. *Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету імені Василя Стуса* / ред. кол. І. В. Хаджинов (голова) та ін. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2020. Вип. 12. Т. 2. С. 113–116.
2. Мелекесцев К. Історія України в політичних маніпуляціях епохи постправди. *Історичні і політологічні дослідження*. 2020. № 1(66). С. 130–142.
3. Бевз Т. Українці і росіяни під прицілом російської пропаганди. *Наукові записки*. 2015. № 1(75). С. 150–163. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/bevz_ukraintsi.pdf
4. Корущ У. Інформаційна війна як інструмент пропаганди війни: правові підстави протидії. *Підприємництво, господарство і право*. 2020. № 8. С. 334–339 URL: <http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2020/8/56.pdf>
5. Війни інформаційної епохи: міждисциплінарний дискурс: монографія / за ред. В. А. Кротюка. Харків: ФОП Федорко М. Ю., 2021. 558 с.
6. Катеринчук П. Російська пропаганда як інструмент зовнішньополітичної стратегії щодо України. *Історико-політичні проблеми сучасного світу*. 2016. Том 33–34. С. 222–229. <https://doi.org/10.31861/mhpi2016.33-34.222-229>
7. Кромф Ігор. Повнометражні снаряди війни: як Росія використовує кінематограф у пропаганді. *Суспільне культура*. URL: <https://suspilne.media/266695-povnometrazni-snaradi-vijni-ak-rosia-vikoristovue-kinematograf-u-propagandi/>
8. Орлова В. Окупанти завезли на Запорізьку АЕС журналістів-пропагандистів для зйомки фейкового відео. *Уніан*. URL: <https://web.archive.org/web/20220307190108/https://www.unian.ua/war/okupanti-zavezli-na-zaporizku-aes-zhurnalistiv-propagandistiv-dlya-zyomki-feykovogo-video-novini-donbasu-11733532.html>
9. Росія втричі збільшила витрати на пропаганду під час війни з Україною. *Фокус*. URL: <https://focus.ua/uk/world/512231-rossiya-vtroie-velichila-rashody-na-propagandu-vo-vremya-voyny-s-ukrainoy-smi>
10. Іваницька Божеана, Гусева Софія. Основні методи пропаганди в російському інтернет-ЗМІ. *Pravda.ru*. URL: <https://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/zhurnalistiski-nauky/osnovni-metody-propagandy-v-rosiyskomu-internet-zmi-pravdaru>
11. Распятие трехлетнего мальчика в Славянске и фрагмент об украинской армии. URL: <https://youtu.be/kgfkWExDrUQ>
12. Зубченко Ярослав. Восемь лет. Деконструкция самого популярного пропагандистского мифа России. *MEDIASAPIENS*. URL: <https://ms.detector.media/withoutsection/post/29577/2022-05-28-vosem-let-dekonstruktsiya-samogo-populyarnogo-propagandystskogo-myfa-rossyy/>
13. Російським школам роздали методички, як виправдовувати війну проти України. *Українська правда*. URL: <https://web.archive.org/web/20220301000655/https://www.pravda.com.ua/news/2022/02/28/7326858/index.amp>
14. «Может президент правильно поступил, когда начал войну в Украине»: у дитсадку Казані вихователі промивають мізки дітям. *Цензор. Нема*. URL: https://censor.net.ua/video_news/3334413/mojet_prezydent_pravylno_postupyl_kogda_nachal_voyinu_v_ukrayne_u_dytsadku_kazani_vyhovately_promyvayut
15. Уэйн Ли. Сенат изучает роль российской пропаганды во вторжении в Украину. *Голос Америки*. URL: <https://www.golosameriki.com/a/senate-hearing-on-russian-propaganda/3035425.html>
16. Як російська пропаганда бреше про війну в Україні – фактчек DW. *DW Ukrainian*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=pQE0pEA4yII&ab_channel=DW%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D1%8E
17. «Бучанська різанина»: як Росія прагне уникнути відповідальності. *Укрінформ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-uarazom/3449195-bucanska-rizanina-ak-rosia-pragne-uniknuti-vidpovidalnosti.html>
18. Зубченко Ярослав. Чому журналісти Медведчука відповідальні за пропаганду. *Детектор Медіа*. URL: <https://detector.media/kritika/article/185038/2021-02-19-chomu-zhurnalisty-medvedchuka-vidpovidalni-za-propagandu/>
19. «Гнилая селедка», «большая ложь», «40 на 60» – Владимир Яковлев о приемах пропаганды. *StopFake.org*. URL: <https://www.stopfake.org/ru/gnilaya-seledka-bolshaya-lozh-40-na-60-vladimir-yakovlev-o-priemah-propagandy/>
20. Карловський Денис. 83 % росіян підтримують Путіна – Левада-Центр. *Українська Правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/03/30/7335868/>