


**Propaganda technologies of the First World War,
the Second World War and the Russian-Ukrainian war of 2014–2023:
comparative analysis**



<p>Evgenia Kostornova, Department of Journalism, E-mail: ekostornova03@ukr.net, https://orcid.org/0009-0003-4042-9194 Vasil Stefanik Carpathian National University, Shevchenko st., 57, Ivano-Frankivsk, Ukraine, 76000.</p>	<p><i>Citation:</i> Kostornova, E. (2023). Propaganda technologies of the First World War, the Second World War and the Russian-Ukrainian war of 2014–2023: comparative analysis. <i>Social Communications: Theory and Practice</i>, 15(1), 98–117. DOI: 10.51423/2524-0471-2023-15-1-8 © Kostornova, E. (2023).  Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)</p>
---	--

Annotation

The **purpose** of the study was to identify, describe, and compare propaganda manipulation technologies of the First World War, the Second World War, and the Russian-Ukrainian War of 2014–2023.

Research methods. The author used the methods of analogy and comparison, thanks to which he compared the technologies of propaganda manipulation during the First World War, the Second World War, and the Russian-Ukrainian war of 2014–2023. The author used the method of description, in particular, drawing up tables to show the similarities and differences of the technologies of propaganda manipulation in periods selected for the analysis of wars.

The **research methodology** consisted of several procedures: creating Table 1 «Propaganda manipulation technologies during the First World War, the Second World War and the Russian-Ukrainian war 2014–2023», entering data according to the criteria: «Sources of propaganda», «Direction of propaganda», «Ideology», «Society's reaction to propagandistic manipulation technologies».

Based on the **results** of the analysis, it was established that the maximum number of propaganda sources was found in the Russian-Ukrainian war of 2014–2023. Among the orientations of propaganda, their commonality was found in the wars chosen for research. In the table and diagram we created, we investigated and depicted the difference in ideologies, and established the so-called transformation of ideology from the period of one war to the period of another. Researching society's reaction to propagandist manipulation technologies revealed a tendency to decrease the number of reactions, which is explained by the increase in control of all spheres of life during the wartime period and oppression by the state regarding protests and oppositional actions of the population.

Conclusions. Indeed, there are both similarities and differences in propaganda manipulation technologies in the period of wars chosen for study.

Keywords: propaganda, propaganda technologies, First World War, the Second World War, Russian-Ukrainian war.

Пропагандистські технології Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років: порівняльний аналіз

Євгенія Косторнова,

кафедра журналістики,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

(м. Івано-Франківськ, Україна)

Вступ

Дослідження присвячене порівняльному аналізу пропагандистських технологій Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років. Російські маніпуляційні технології під час російсько-української війни мають значну подібність із пропагандою та її технологіями в період Першої світової війни й Другої світової війни, що з роками вивчатимуть дослідники у своїх працях.

Актуальність дослідження полягає в збільшенні пропагандистських технологій під час повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України, що датується від 24 лютого 2022 року. У цей період використання пропагандистських технологій збільшилося, що зумовило потребу в порівнянні кількості та дії пропагандистських технологій загалом російсько-української війни та Першої і Другої світових війн.

Об'єктом дослідження ми обрали пропагандистські маніпуляційні технології Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років. Предметом дослідження ми обрали порівняльний аналіз пропагандистських маніпуляційних технологій Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років.

Спираючись на визначення об'єкта й предмета дослідження, ми сформулювали його мету – ідентифікувати, описати й порівняти пропагандистські маніпуляційні технології Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років.

Методи й методика

Методи, якими послуговуватимемося під час дослідження, умовно диференціюємо на теоретичні та практичні.

Серед теоретичних методів обрали два: перший – *метод порівняння*, який допоможе безпосередньо порівняти пропагандистські маніпуляційні технології під час Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років, а також порівняти ідеології обраних для дослідження війн, відповідно другий метод – *аналогія*, що допоможе встановити схожість і зв'язок між пропагандистськими маніпуляційними технологіями обраних для дослідження війн.

Із практичних методів надали перевагу методу опису, який передбачає складання таблиці для чіткого відбиття подібності і відмінності пропагандистських маніпуляційних технологій під час Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років. Також метод опису дозволив зафіксувати результати аналізу пропагандистських маніпуляційних технологій, використаних під час Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років.

Методика дослідження полягала в декількох процедурах.

1. Формування таблиці 1 «Пропагандистські маніпуляційні технології під час Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років» (Kostornova, 2023). Записи (рядки) у таблиці містять такі типи даних: запис «джерела пропаганди», в описі якого визначено джерела пропагандистських технологій, якими користувалися держави в часи Першої світової війни, Другої світової війни й у російсько-українській війні 2014–2023 років; запис «спрямованість пропаганди», в описі якого визначили, яким чином і на кого були розраховані пропагандистські маніпуляційні технології; запис «ідеологія», в описі якого визначили основні тези ідеологій Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років, що в подальшому дослідженні теми допомогли визначити ідеологеми кожної з обраних війн; запис «реакція суспільства на пропагандистські маніпуляційні технології», в описі якого зазначимо результати впливу пропагандистських маніпуляційних технологій на суспільство в період Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років.

2. Визначення джерел пропаганди маніпуляційних технологій під час Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років і внесення даних до табл. 1.

3. Визначення спрямованості пропаганди й внесення даних до табл. 1.

4. Ідентифікація ідеологем пропагандистських маніпуляційних технологій вищезазначених війн й внесення даних до табл. 1.

5. Визначення впливу пропаганди на суспільство в країні, що поширювала пропаганду під час вищезгаданих війн. Внесення даних до табл. 1.

6. Опис (за допомогою тез) наслідків впливу пропаганди на суспільство в країні, що поширювала пропаганду під час вищезгаданих війн і внесення даних до табл. 1.

7. Здійснення інтерпретації даних табл. 1 «Пропагандистські маніпуляційні технології під час Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років».

8. На підґрунті аналізу інтерпретованих даних табл. 1 визначення характерних ознак подібності пропагандистських маніпуляційних технологій у період обраних для дослідження війн.

9. Визначення й формулювання ідеологем, що були підґрунтям для пропагандистських маніпуляційних технологій під час Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років.

Таблиця 1

Порівняння пропагандистських маніпуляційних технологій під час Першої, Другої світових війн і російсько-української війни 2014–2023 років

№ з/п	Критерії	Назви проаналізованих війн		
		Перша світова війна (1914–1918)	Друга світова війна (1939–1945)	Російсько-українська війна (2014–2023)
1.	Джерела пропаганди			
2.	Спрямованість пропаганди			
3.	Ідеологія			

4.	Наслідки та вплив пропаганди на суспільство в країні, що поширює пропаганду			
----	---	--	--	--

Історія проблеми, що аналізується

Окремі наукові розвідки, стислий аналіз яких ми здійснюємо далі, будемо вважати дотичними до проблеми, що аналізуємо.

Замість терміна «Пропаганда під час війни», дослідники здебільшого використовують термін «Пропаганда війни», який визначають як *«інструмент спрямованого тиску однієї держави на суспільство, населення, соціальні групи іншої держави, який не завдає прямої руйнації об'єктів матеріального світу, але призводить до деформації суспільної свідомості, загрози суспільній психології, національній єдності»* (Коруц, 2019: 120). Негативні наслідки пропаганди війни є яскраво вираженими, проте, як зазначають дослідники, вони *«непомітні на перший погляд через те, що прояви деформації психічного стану людини проявляються лише згодом»* (Коруц, 2019: 120).

Пропаганда під час війни є важливою й водночас серйозною зброєю, яку під час війни агресор активно використовує для дестабілізації суспільного становища та його деморалізації (Fellows, 1959). Перша світова війна стала першою тотальною війною, у якій цілі нації, а не лише професійні армії були «замкнені» в бою. Пропаганда війни в той період почала глобально застосовуватися. Уряди держав *«виділили величезні ресурси та величезні зусилля для створення матеріалу, покликаного формувати думку та дії на міжнародному рівні. Зусилля держав виправдати свої дії та заручитися міжнародною підтримкою призвели до найпотужнішої пропаганди, яку будь-коли створювали»* (Cooke, 2014).

Серед методів поширення пропаганди І. Cooke особливо ефективними називає *«ілюстровані новини з малюнками чи фотографіями»* (Cooke, 2014). Автор також зазначає й тираж пропагандистських новинних видань у період Першої світової війни. Наприклад, видання «War Pictorial», що випускалося *«до грудня 1916 року тиражем 500 000 примірників на випуск чотирма виданнями 11 мовами»* (Cooke, 2014). Як одне із глобальних за тиражем видань автор згадує «Cheng Rao», що випускалося китайською мовою та *«мало двотижневий наклад 250 000 випусків і було описане як таке, що мало “настільки потужний вплив на маси, що китайський уряд зміг оголосити війну Німеччині”»* (Cooke, 2014).

Вищезгадані дані тиражів видань демонструють мету держав у період Першої світової війни створити так зване підґрунтя спочатку для вторгнення в ту чи іншу державу, а згодом використати його, щоб *«заручитися підтримкою війни та надати їй моральне пояснення, висвітлюючи злочини та звірства, скоєні ворогом»* (Cooke, 2014).

Автор згадує про публікацію британського парламенту 1915 року «Доповідь комітету про передбачувані злочини Німеччини» (the «Bruce Report»), що *«була спробою уряду викласти своє виправдання війни та надати довіри історіям про німецькі звірства в Бельгії та Франції»* (Cooke, 2014).

Під час розповсюдження пропагандистської інформації у випусках видань і на радіо пропагандисти вміло користувалися пропагандистськими маніпуляційними технологіями, серед яких варто виокремити поширення листівок (Demm, 2017), повідомлень і згодом товарів із короткими гаслами, щоб привернути увагу людей і примусити таким чином вірити

в ідеї, до підтримки яких спонукає уряд. Наприклад, *«книги та брошури видавалися величезними тиражами та розповсюджувалися серед списків людей, визначених як творці громадської думки, які симпатизували Британії»* (Cooke, 2014). Іншими словами, *«намір полягав у тому, щоб народна підтримка Британії була створена через місцевих захисників, а не створювалося враження, що вона надходить безпосередньо із Британії»* (Cooke, 2014).

Такі маніпуляційні технології застосовувалися й після Першої світової війни (Fellows, 1959) під час наступних війн. Із початком Другої світової війни поняття пропаганди набуло більшого значення, уряди й фахівці, що вивчали її особливості й техніки, удосконалили свої знання пропагандистських технологій впливу на свідомість суспільства під час війни й акцентували увагу на ньому. Саме тому *«пропаганда, як писав Лассвелл, «це війна ідей проти ідей», і причина, чому вона стала такою важливою, полягає в тому, що завоювання свідомості цивільних зараз має вирішальне значення для перемоги чи поразки війни»* (Finch, 2000: 372).

Як і під час Першої світової війни, у період Другої світової війни поширення гасел продовжувалося. Це стосується, наприклад, США, де *«від початку збройного опору цивільне населення в колоніях було піддано організованій кампанії, яка включала промови та широке розповсюдження памфлетів, закликаючи їх зрозуміти, що це їхня війна, і що їхня єдність і непокора приведуть до кращого майбутнього»* (Finch, 2000: 375).

Подібна кампанія була *«спрямована проти англійських військ, яких закликали відмовитися від війни»* (Finch, 2000: 375). У випадку цієї пропагандистської маніпуляційної кампанії *«метою американських пропагандистів було переконати вразливу британську найману армію в тому, що вони залучилися до чужої війни»* (Finch, 2000: 375).

У період Другої світової війни нацистська Німеччина використовувала пропагандистські маніпуляційні технології, переважно спрямовуючи їх на суспільство країни, а вже потім – за кордон. У Німеччині були впевнені в тому, що *«громадська думка формується символами та образами, а не національною думкою»* (Curtis, 1989: 13). Автор також зазначає, що якщо б *«правильні символи були представлені з достатньою силою, громадськість пішла б за ними»* (Curtis, 1989: 13). На думку автора, теорія, у якій була впевнена нацистська Німеччина, спрацювала, *«оскільки обрана аудиторія була схильна до самообману щодо певних емоційних тем»* (Curtis, 1989: 13).

Пропагандистські маніпуляційні технології в Німеччині мали успіх, адже *«пропагандистська машина Йозефа Геббельса переконала німців і багатьох інших людей, що комуністи та євреї були ворогами, тільки фашизм міг захистити від них і що наступ фашизму був справедливим і неминучим»* (Curtis, 1989: 13). У Радянському Союзі в період Другої світової війни його інформаційно-психологічні операції трансформувалися й стали складнішими, тому *«з розвитком нових міжнародно-політичних умов тактичні військові ППСО почали відігравати нову роль»* (Curtis, 1989: 14).

Як й інші політичні аспекти, *«інформаційно-психологічні операції в Радянському Союзі побудовані на вченнях Леніна»* (Curtis, 1989: 14). Радянська пропаганда значно відрізнялася від концепції США, адже *«Радянський Союз перебуває в стані неоголошеної війни з капіталістичним світом – війни, яка не закінчиться, доки не буде досягнуто світового комуністичного панування»* (Curtis, 1989: 14). Автор додає, що саме радянська інформаційно-психологічна операція є *«на сьогоднішній день найбільш інтенсивною, складною й послідовною кампанією свого типу в мирний час»* (Curtis, 1989: 15). Описане відбувається, тому що *«радянська політична система підтримує свою інформаційно-психологічну операцію як політику всіма ресурсами, необхідними для досягнення її цілей»* (Curtis, 1989: 15).

Із початком повномасштабного вторгнення Росії на територію України 24 лютого 2022 року дослідники знову звернули увагу на діяльність інформаційно-психологічної операції на території правонаступниці СРСР, де з десятиліттями пропагандисти тільки вдосконалювали пропагандистські маніпуляційні технології та не припиняли застосовувати їх, про що свідчить інформація про те, як «лише Росія з 2016 року здійснила понад 30 атак на вибори по всьому світу» (Abrams, 2022). Автор наголошує, що в період війни дезінформація «не є чимось новим – насправді це ключова частина гри» (Abrams, 2022).

Від завершення Другої світової війни минуло понад 70 років, за цей період світ активно заповнила мережа «Інтернет», яку тепер вважають частиною засобів масової інформації. Із появою соціальних мереж «пропаганда тепер змогла розгорнутися в набагато більших масштабах, її використовували для залучення підтримки геноциду та інших порушень прав людини, зокрема проти уйгурського населення в Китаї, рохінджа в М'янмі та Мусульманського населення Індії» (Abrams, 2022). Автор згадує працю Джона Розенбека, у дослідженні якого йдеться про те, як «Кремль запровадив перевірені стратегії психологічного маніпулювання через соціальні мережі та онлайн-медіа, включаючи зневажливе ставлення до інших груп, швидку брехню та дезінформацію, а також медійний дискурс в Україні» (Abrams, 2022), а також документування Дж. Розенбеком розпалювання Кремлем «неприятні інших груп до українців та українського уряду під час захоплення Донецької та Луганської областей на Сході України (2014 року – прим. наша Є.К.), тактика, пов'язана з високою активністю соціальних мереж» (Abrams, 2022). За словами вищезгаданих дослідників, такі маніпуляційні технології були центром так званої операції Російської Федерації в Україні, адже «захоплення Криму без будь-якої військової конфронтації продемонструвало, що концепція добре спланованих операцій впливу є дуже важливою частиною російського оперативного планування й що російські військові сили мають стратегічне комунікаційне мислення, яке застосовується аж до тактичного рівня» (Analysis of Russia's information campaign against Ukraine, 2015: 32).

Крім того, аналіз війни в Україні показав, що «російська армія систематично розвивалася протягом останніх 10 років і стала здатною вміло застосовувати тактику XXI століття, яка поєднує інтенсивні інформаційні кампанії, кібервійну та використання високо підготовлених Сил спеціальних операцій» (Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine, 2015: 32). Серед типових методів пропагандистських маніпуляційних технологій уряду Російської Федерації – створення негативного образу ворога, наприклад, «стратегії Путіна включають малювання України та західних країн як злих і аморальних, а також формулювання меседжів у термінах динаміки влади» (Abrams, 2022). Російська Федерація це робить, щоб мати виправдання для так званої помсти, оскільки в такій ситуації РФ презентує себе як жертву. Як автор цитує Тіна Нгуена, у цю версію вірить більшість населення, адже «багатьом громадянам Росії бракує доступу до надійної контрінформації через обмеження незалежних і соціальних медіа в країні» (Abrams, 2022). Цитовану думку також підтверджує й те, що незалежних, на нашу думку, засобів масової інформації в Російській Федерації недостатньо. Держава здійснює активний контроль над засобами масової інформації, що стосується й публікацій новин, пов'язаних із президентом Російської Федерації Володимиром Путіним, тому «синхронне поширення пропагандистських матеріалів у ЗМІ зазвичай відбувається через великі газети – “Комсомольську правду” та “Известия” – і на лояльних інтернет-порталах, наприклад, “Life News”» (Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine, 2015: 36–37).

Z. Abrams також додає, що «якщо пропагандистські кампанії вимагають більшого масштабу, то використовуються новини телеканалів та інформаційні програми; лояльні

політологи відіграють ключову роль в інформаційних кампаніях, організованих російською владою. Вони «правильно» трактують політичні події в Росії і за кордоном» (*Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine*, 2015: 36–37). Російський уряд власноруч перебиває можливості для опозиційної діяльності, які з кожним роком стають ще меншими із закріпленням у медіапросторі російського суспільства пропагандистської інформації. У відповідь на ці маніпуляції в українському уряді «систематично заперечували спроби Росії поширити дезінформацію напередодні вторгнення в лютому (2022 року – прим. наша Є.К.), документуючи нароцтвання військових сил Росією за допомогою супутникових фотографій» (Abrams, 2022). Автор також наводить один із прикладів інформаційно-психологічної операції Російської Федерації, який іноземні лідери «також допомогли виявити, що так звані «надзвичайні зустрічі» Путіна насправді були попередньо записані, коли наручний годинник одного чиновника не збігався з історією Кремля» (Abrams, 2022).

Повідомляючи про інформаційно-психологічні операції, «департамент внутрішньої політики Адміністрації президента контролює роботу так званих тролів і блогерів, які мають три завдання: публікацію й розповсюдження замовних матеріалів; створення фейкових акаунтів у соціальних мережах та поширення замовної інформації на цих акаунтах; розсилку спаму, переслідування опонентів в Інтернеті» (*Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine*, 2015: 36–37). До організації цих заходів залучено багато людей, проте «одним із найважливіших міг би стати директор холдингу Konkord Євгеній Пригожин який понад 40 років особисто знайомий із президентом Путіним» (*Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine*, 2015: 39–40).

У документі «*Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine*» (2015). зазначають, що «на підставі аналізу російської інформаційної кампанії в Україні стає зрозуміло, що раннє виявлення й аналіз елементів російського нарративу, які сигналізують про потенційно агресивну поведінку, є критично важливими» (*Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine*, 2015). Щоб завадити широкому впливові дезінформації та інших пропагандистських інформаційних технологій, працюють спеціальні стратегії, які називають «кібергромадянством – поєднанням цифрової грамотності, відповідальної поведінки та усвідомлення загрози онлайн-маніпуляцій» (Abrams, 2022).

Просування нарративів і корисних для Російської Федерації тез простежувалось, як і простежується надалі, не тільки на території безпосередньо РФ, але й в інших країнах. Наприклад, сайт «Sputnik» під засновництвом агенції «Russia Today», що станом на сьогодні заблоковано в Туреччині, «Sputniknews.lv» із латвійським доменом, що наразі також заблоковано органами влади Латвії. Крім того, діяльність інформаційної агенції припинено в Данії, Норвегії, Фінляндії, Естонії та Швеції.

Серед тез, які просувалися перед повномасштабним вторгненням РФ в Україну, є хімічна зброя, підготовка ядерної зброї й напад України на Російську Федерацію тощо. Такі тези залишаються в темі для обговорень у пропагандистському медіапросторі й упродовж 2023 року. У цьому випадку також варто звернути увагу на акцент російських нарративів на історичній пам'яті суспільства, тому що «російська інформаційна кампанія висвітлила страх і ненависть до нацизму, збентеження та сором через розпад колись великого Радянського Союзу, і водночас нагадала аудиторії про почуття величчя та гордості, пов'язані із цими моментами історії, які тепер можна застосувати до ідеї відродження великої нації чи навіть цивілізації; саме це звернення до людських емоцій, ця надія й обіцянка відновлення гордості та слави зробили російську розповідь такою переконливою для її людей» (*Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine*, 2015: 32–33).

Базування російських наративів на історичній пам'яті знову ще краще простежується від початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну від 24 лютого 2022 року закликами про повернення частин української території до «исконно русских земель», які начебто історично належать Росії (Позняков, 2022). Вислів про «споконвіку російські землі» використовують не тільки представники влади, але й цивільне населення Російської Федерації (Закревская, 2023).

Результати дослідження

Спираючись на описану раніше методику, ми провели дослідження, результати якого подаємо далі в таблицях 2–5 і діаграмах 1–3, а також на електронному ресурсі міжнародного репозитарію SSRN (Kostornova, 2023).

Першим критерієм аналізу ми обрали «Джерела пропаганди», за яким досліджували, чим послуговувалися держави для поширення пропагандистських маніпуляційних технологій у період Першої світової та Другої світової війн і російсько-української війни 2014–2023 років. За результатами аналізу наукової літератури про Першу світову війну, джерелами пропаганди у воєнний час були ілюстрації та фотографії; пропагандистські друковані видання, брошури, державні публікації; фільми про війну, кінохроніка; художня література; мітинги, публічні виступи; свідчення очевидців; промови (Kindig, 2008); інформаційно-психологічна операція.

У дослідженні джерел пропаганди в період Другої світової війни ми знайшли наявність, окрім уже згаданих джерел, що використовувалися в Першій світовій війні, ще два – радіо та мультфільми (Quinn, 2017), які в той період уряди держав активно почали використовувати для поширення пропагандистської інформації з метою психологічних маніпуляцій.

Таблиця 2.

Пропагандистські маніпуляційні технології, їх джерела, спрямованість, семіотика й реакція реципієнтів на них під час Першої, Другої світових війн і російсько-української війни 2014–2023 років
(за критерієм 1 «Джерела пропаганди»)

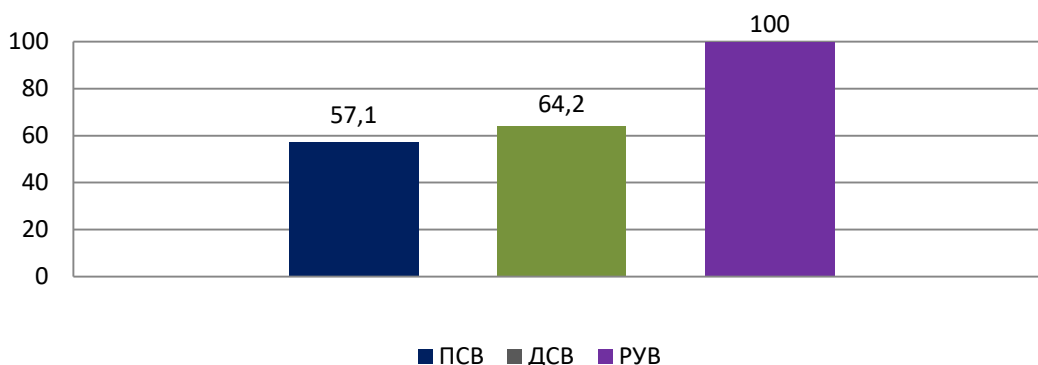
№ з/п	Критерій аналізу	Перша світова війна	Наявність (+) або відсутність (-)	Друга світова війна	Наявність (+) або відсутність (-)	Російсько-українська війна 2014–2023 років	Наявність (+) або відсутність (-)
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Джерела пропаганди	Ілюстрації й фотографії.	+	Ілюстрації й фотографії.	+	Ілюстрації й фотографії.	+
2.		Пропагандистські друковані видання, брошури, державні публікації.	+	Друковані видання, плакати та листівки з гаслами.	+	Друковані видання, плакати та листівки з гаслами.	+
3.		Фільми про війну, кінохроніка.	+	Кінохроніка, фільми про війну, мультфільми.	+	Кінохроніка, фільми про війну, мультфільми, документалістика.	+

4.	Художня література.	+	Художня література.	+	Художня література.	+
5.	Мітинги, публічні виступи.	+	Мітинги, публічні виступи.	+	Мітинги, публічні виступи.	+
6.	Свідчення очевидців.	+	Свідчення очевидців.	+	Свідчення очевидців.	+
7.	Промови.	+	Промови.	+	Промови.	+
8.	Інформаційно-психологічна операція (ІПСО).	+	Інформаційно-психологічна операція (ІПСО).	+	Інформаційно-психологічна операція (ІПСО).	+
9.	Радіо (контрольоване владою).	–	Радіо (контрольоване владою).	+	Радіо (контрольоване владою).	+
10.	Соціальні мережі.	–	Соціальні мережі.	–	«Фабрики ботів», «чат-боти», соціальні мережі.	+
11.	Телеканали.	–	Телеканали.	–	Телеканали (контрольовані владою).	+
12.	Онлайн-видання.	–	Онлайн-видання.	–	Онлайн-видання.	+
13.	Пресконференції.	–	Пресконференції.	–	Пресконференції.	+
14.	Банери та стенди з гаслами.	–	Банери та стенди з гаслами.	–	Банери та стенди з гаслами.	+
15.	РАЗОМ (за 100% прийнято)	8/57,1	РАЗОМ	9/64,2	РАЗОМ	14/100

Під час російсько-української війни 2014–2023 років, крім аналогічних джерел пропаганди, з'явилися такі: «фабрики ботів», «чат-боти», соціальні мережі; телеканали, контрольовані владою; онлайн-видання; пресконференції; банери та стенди з гаслами.

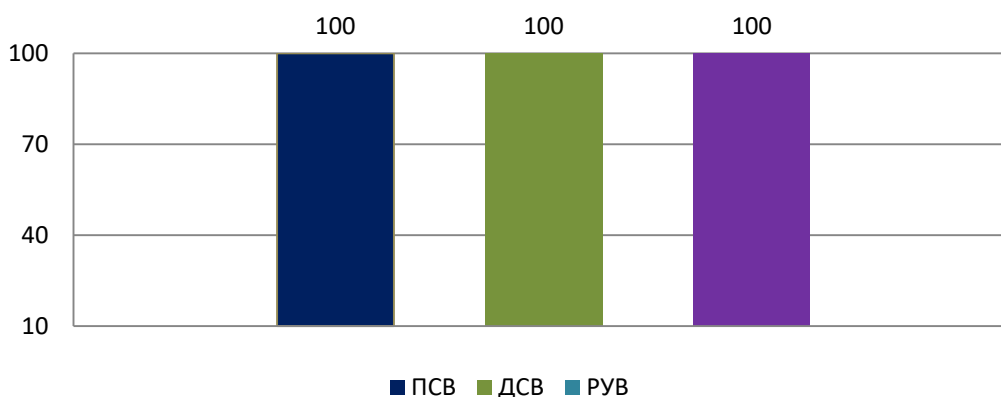
Ми дійшли такого висновку: кількість джерел (8) у період Першої світової війни становить 57,1% від максимальної кількості джерел (14), що зафіксовано під час російсько-української війни 2014–2023 років. Відповідно – у період Другої світової війни кількість джерел пропаганди (9) становить 64,2% (див. табл. 2 і діаграмі 1).

Діаграма 1.
Джерела пропаганди (критерій 1) під час Першої (ПСВ),
Другої світових війн (ДСВ) і російсько-української війни
(РУВ) 2014-2023 років



Другим критерієм аналізу ми обрали «Спрямованість пропаганди», який допоможе нам порівняти напрями й цілі пропагандистських маніпуляційних технологій. Таким чином, у період Першої світової війни пропаганда спрямовувалася на мобілізацію (Baschwitz, 2018), вербування союзників, формування негативного образу ворога, створення відчуття єдності суспільства та громадської думки, придушення антивоєнних настроїв (Dissent in World War I and World War II..., 2023), міжнародний вплив й інформаційно-психологічні операції (ІПСО).

Діаграма 2.
Спрямованість пропаганди під час Першої (ПСВ), Другої
світових війн (ДСВ) і російсько-української війни (РУВ)
2014-2023 років



Продовжуючи аналіз, ми з'ясували, що, крім вищезазначених спрямувань, у період Другої світової війни та російсько-української війни 2014–2023 років пропаганда спрямовувалася також і на контроль ЗМІ.

За результатами аналізу ми дійшли висновку про те, що в Першій світовій війні кількість спрямувань пропаганди (8) становить 100% максимальної кількості спрямувань, що також зафіксовано як під час Другої світової (8), так і російсько-української війни 2014–2023 років (8) (див. табл. 3 і діаграму 2).

Таблиця 3.

Пропагандистські маніпуляційні технології, їх джерела, спрямованість, семіотика й реакція реципієнтів на них під час Першої, Другої світових війн і російсько-української війни 2014–2023 років
(за критерієм 2 «Спрямованість пропаганди»)

№ з/п	Критерій аналізу	Перша світова війна	Наявність (+) або відсутність (-)	Друга світова війна	Наявність (+) або відсутність (-)	Російсько-українська війна 2014–2023 років	Наявність (+) або відсутність (-)
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	1. Спрямованість пропаганди	Мобілізація.	+	Мобілізація.	+	Мобілізація.	+
2.		Вербування союзників.	+	Вербування союзників.	+	Вербування союзників.	+
3.		Формування негативного образу ворога.	+	Формування негативного образу ворога.	+	Формування негативного образу ворога.	+
4.		Створення відчуття єдності суспільства та громадської думки.	+	Створення відчуття єдності суспільства та громадської думки.	+	Створення відчуття єдності суспільства та громадської думки.	+
5.		Придушення антивоєнних настроїв.	+	Придушення антивоєнних настроїв.	+	Придушення антивоєнних настроїв.	+
6.		Міжнародний вплив.	+	Міжнародний вплив.	+	Міжнародний вплив.	+
7.		ІПСО.	+	ІПСО.	+	ІПСО.	+
8.		Контроль ЗМІ.	+	Контроль ЗМІ.	+	Контроль ЗМІ.	+
9.		РАЗОМ	8/100	РАЗОМ	8/100	РАЗОМ	8/100

За третім критерієм «Ідеологія» ми досліджували, які ідеології були характерними в обраних для дослідження війнах і дійшли таких висновків: у Першій світовій війні відомо про такі ідеології, як консерватизм, націоналізм і комунізм.

Під час Другої світової війни відомими ідеологіями були комунізм (Whitaker, 1986), фашизм, расизм і тоталітаризм.

Досліджуючи російсько-українську війну 2014–2023 років, зафіксували такі ідеології: російський правий консерватизм, націоналізм, комунітаризм, рашизм (російський фашизм), расизм, солідаризм.

За результатами аналізу, кількість ідеологій у період Першої світової війни (3) становить 42,9% від максимальної (8/100%), що зафіксовано під час Першої світової війни, Другої світової війни та російсько-української війни 2014–2023 років.

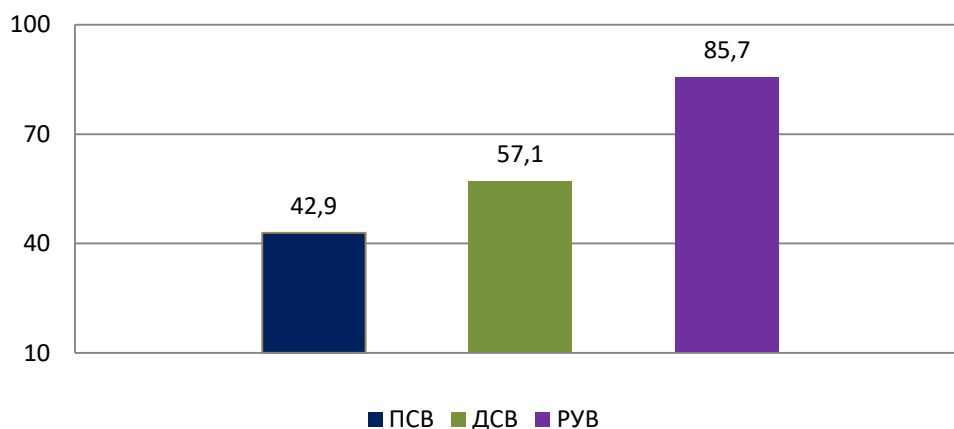
У період Другої світової війни кількість ідеологій (4) становить 57,1% від максимальної кількості 8(100%).

Під час російсько-української війни 2014–2023 років ми визначили 6 ідеологій, що становлять 85,7% від максимальної кількості 8(100%) (див. табл. 4 і діаграму 3).

Заключним критерієм аналізу є «Реакція суспільства на пропагандистські маніпуляційні технології». За результатами дослідження, у період Першої світової війни ми виокремили характерні реакції суспільства в той період, серед них – масові звірства (Baschwitz, 2018: 64); поширення листівок та плакатів; пропаганда ненависті й жорстокості; сплески вербувань; відсутність патріотизму в окопах; зневіра у війні; зневіра в штабі; відмова повертатися на фронт; ухиляння; примусова мобілізація; зрив військової служби (Demm, 2017), що в підсумку за кількістю (10) становлять 45,4% від загальної кількості реакцій (22/100%), зафіксованих у Першій світовій війні, Другій світовій війні, російсько-українській війні 2014–2023 років.

За критерієм «Реакція суспільства на пропагандистські маніпуляційні технології» у період Другої світової війни ми визначили такі види рефлексії: несприятливе ставлення до пропаганди (Fellows, 1959); асоціації слова «пропаганда» (Fellows, 1959); невизначеність і моральне збентеження; формування образу; війна як змагання (Sproule, 1984: 7); відчуття гніву й патріотизму; віра пропаганді (Foley, 2015: 6), що за кількістю (7) становлять 32,8%.

Діаграма 3.
Ідеології в пропаганді під час Першої (ПСВ), Другої світових війн (ДСВ) і російсько-української війни (РУВ) 2014-2023 років



Таблиця 4.

Пропагандистські маніпуляційні технології, їх джерела, спрямованість, семіотика й реакція реципієнтів на них під час Першої, Другої світових війн і російсько-української війни 2014–2023 років
(за критерієм 3 «Ідеологія»)

№ з/п	Критерій аналізу	Перша світова війна	Наявність (+) або відсутність (–)	Друга світова війна	Наявність (+) або відсутність (–)	Російсько-українська війна 2014–2023 років	Наявність (+) або відсутність (–)
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	3. Ідеологія	Консерватизм (Kurth, 1999: 4).	+	Консерватизм.	–	Російський правий консерватизм (Krasheninnikov, 2023).	+
2.		Націоналізм (Kurth, 1999: 4).	+	Націоналізм.	–	Націоналізм (Pan, 2022).	+
3.		Комунізм (Kurth, 1999: 4).	+	Комунізм (Kurth, 1999: 6).	+	Комунітаризм (Krasheninnikov, 2023).	+
4.		Фашизм.	–	Фашизм (Kurth, 1999: 6)	+	Рашизм (російський фашизм) (Рашизм, 2023).	+
5.		Расизм.	–	Расизм (Kurth, 1999: 6),	+	Расизм.	+
6.		Тоталітаризм.	–	Тоталітаризм.	+	Тоталітаризм.	–
7.		Солідаризм.	–	Солідаризм.	–	Солідаризм (Krasheninnikov, 2023).	+
8.		РАЗОМ	3/42.9	РАЗОМ	4/57.1	РАЗОМ	6/85.7

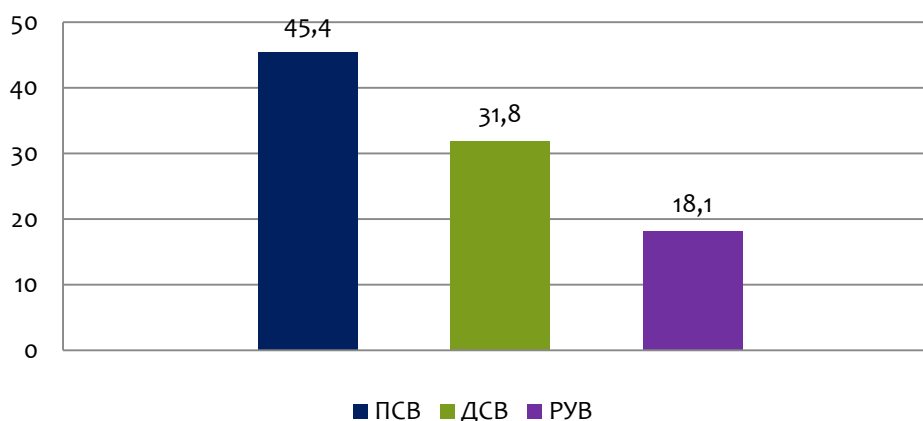
У період російсько-української війни реакції суспільства на пропагандистські маніпуляційні технології такі: домінування в інформаційному полі; відсутність готовності відповідати; пропагандистський розкол громади (Lange-Ionatamishvili, 2015); відчуття ворожнечі (Світова гібридна війна: український фронт, 2017: 199), що за кількістю (4) становлять 18,1% від загальної кількості (див. діаграму 4 далі).

Обговорення результатів дослідження

У пропаганді воєнного періоду є свої особливості, що характерні для пропаганди під час будь-якої війни. Упродовж дослідження ми визначали такі особливості й проаналізували

їх подібність і відмінність. Ми сформували таблицю й діаграми, у яких за критеріями провели аналіз Першої світової війни, Другої світової війни та російсько-української війни 2014–2023 років.

Діаграма 4.
Реакція суспільства на пропагандистські комунікаційні технології під час Першої (ПСВ), Другої світових війн (ДСВ) і російсько-української війни (РУВ) 2014–2023 років



Результати дослідження за критерієм «Джерела пропаганди» дозволили нам констатувати, що за підрахунками найбільша кількість (14) таких джерел фіксується в російсько-українській війні 2014–2023 років. Саме тому максимальною кількістю джерел ми обрали кількість джерел пропагандистських маніпуляційних технологій у цій війні. Спираючись на результати аналізу, вважаємо, що вищезгадана максимальна кількість джерел, яку визначили під час дослідження, є такою через різницю в часі між Першою та Другою світовими війнами, а також російсько-українською війною 2014–2023 років. Ураховуючи сучасні умови й можливості, на наш погляд, максимальна кількість джерел пропаганди саме в російсько-українській війні 2014–2023 років є очікуваною. Варто також зазначити тривалість останньої із проаналізованих війн (понад 9 років), яка є довшою за Першу світову війну (понад 4 роки) та Другу світову війну (6 років), що, на нашу думку, дозволило урядам країн не тільки використати джерела пропаганди, які присутні в Першій і Другій світових війнах, але й випробувати сучасні, зокрема йдеться про мережу «Інтернет», ботів, банери тощо.

За підсумками дослідження й аналізу спрямованостей пропаганди в період обраних для дослідження війн ми встановили, що Перша та Друга світові війни, а також російсько-українська війна 2014–2023 років мають однакову кількість спрямованостей (8). Тлумачимо згаданий факт як такий, що вказує на фіксовану спрямованість пропагандистських маніпуляційних технологій у період війни будь-якого часу. На наш погляд, така тенденція є причиною необхідності кожної з визначених спрямованостей для ефективного й успішного впливу пропаганди.

У період Першої світової війни, Другої світової війни та російсько-української війни 2014–2023 років за допомогою пропагандистських маніпуляційних технологій держави просували певні ідеології, які ми порівняли. Завдяки аналізу визначених ідеологій у період обраних для дослідження війн і їх подальшого підрахунку ми дійшли висновку про те, що

пропаганда часів Першої світової війни, Другої світової війни, російсько-української війни 2014–2023 років здебільшого містила різні ідеології, проте має й подібність. Варто зазначити, що у випадку присутності певної ідеології у двох або трьох війнах, обраних для дослідження, ідеологія війни того періоду, що новіший, матиме трансформований вигляд (наприклад, ідеологія консерватизму в період Першої світової війни та ідеологія російського правого консерватизму в період російсько-української війни 2014–2023 років). Прикладом трансформації ідеології в пропаганді періоду війни може бути рашизм, який є російським фашизмом у період російсько-української війни 2014–2023 років і нацистський фашизм періоду Другої світової війни. Спираючись на описані нами результати аналізу за критерієм «Спрямованість пропаганди», констатуємо те, що з однаковими спрямованостями пропагандистських маніпуляційних технологій держави можуть просувати різні ідеології для суспільства.

За четвертим і заключним критерієм ми досліджували й аналізували реакцію суспільства на пропагандистські маніпуляційні технології. За результатами аналізу й завдяки створеній нами діаграмі визначили, що саме в Першій світовій війні кількість реакцій є найбільшою (45,4 %) від загальної кількості в сумі всіх реакцій за періоди трьох обраних для дослідження війн. Меншу частку становить кількість реакцій суспільства періоду Другої світової війни (31, 8%), відповідно найменшу кількість реакцій – у суспільства в період російсько-української війни 2014–2023 років (18,1%). Ми вважаємо, що такі результати можна пояснити таким чином: на відміну від Першої світової війни, у Другій світовій війні контроль ЗМІ став сильнішим, додався контроль подачі інформації на радіо; у російсько-українській війні контроль ЗМІ став інтенсивнішим і глобальнішим (у цьому періоді додалася мережа «Інтернет», з'явилося поняття «кібервійна» тощо), що зменшує можливості суспільства вільно реагувати на пропагандистські маніпуляційні технології, збільшується кількість утисків і репресій, що, на нашу думку, є одним із чинників зменшення кількості реакцій суспільства на пропагандистські маніпуляційні технології в Другій світовій війні та російсько-українській війні 2014–2023 років.

Пропагандистські маніпуляційні технології Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років були активно застосовані у воєнних діях і є частиною будь-якої війни всіх часів. За результатами дослідження ми визначили їх особливості, порівняли результати аналізу й побачили зв'язки й відмінності в три різні періоди.

Висновки

На початку дослідження була визначена його мета, що полягала в порівняльному аналізі пропагандистських маніпуляційних технологій Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років.

Було передбачено, що аналіз проводитимемо за допомогою сформованої таблиці й використовуватимемо метод порівняння.

Поставлена нами мета досягнута. Ми ідентифікували й описали пропагандистські маніпуляційні технології Першої світової війни, Другої світової війни та російсько-української війни 2014–2023 років.

Також було встановлено, що за критерієм «Джерела пропаганди» їх максимальна кількість виявлена в російсько-українській війні 2014–2023 років. Серед спрямованостей пропагандистських маніпуляційних технологій ми визначили їх спільність у Першій світовій війні, Другій світовій війні та російсько-української війни 2014–2023 років. Щодо критерію «Ідеології», за яким окремо визначили наявність у кожній із трьох обраних для дослідження

війн, у сформованій нами таблиці й діаграмі дослідили й зобразили їх відмінність, установили так звану трансформацію ідеології періоду однієї війни в періоді іншої. Досліджуючи реакцію суспільства на пропагандистські маніпуляційні технології Першої світової війни, Другої світової війни та російсько-української війни 2014–2023 років, установили тенденцію на зменшення кількості реакцій, що пояснюється збільшенням контролю всіх сфер життя в період воєнного часу та утисків з боку держави щодо протестів й опозиційних дій населення.

Отримані нами результати можуть відрізнятися від тих, що респонденти можуть фіксувати після перемоги України в російсько-українській війні 2014–2023 років. Спираючись на згаданий факт, вважаємо наші результати істинними лише для сімнадцятого (липень 2023 року) та вісімнадцятого (серпень 2023 року) місяців повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України, яке відбулося 24 лютого 2022 року.

Подяка.

Висловлюємо щирю подяку докторові філологічних наук, професору Олександрові Холоду за постійну підтримку, важливі поради й рекомендації під час підготовки й процесу дослідження.

Заява

Фінансування

Це дослідження не було профінансовано жодною організацією та здійснювалося за рахунок автора.

Конфлікт інтересів

Жодного.

Етика

Матеріал, що подано в цій статті, відповідає всім пунктам і вимогам, що висунуті Комісією з етики редакторсько-видавничого відділу громадської організації «Науково-освітній центр «УСПІШНИЙ».

Авторське право

Це стаття відкритого доступу, яка розповсюджується на умовах Creative Commons Attribution – ліцензії, що дозволяє необмежене використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови, якщо оригінальний автор і джерело вказано належним чином.

Література

- Abrams, Z. (2022). *The role of psychological warfare in the battle for Ukraine*. *American Psychological Association*. Retrieved from <https://www.apa.org/monitor/2022/06/news-psychological-warfare>
- Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine* (2015). Examining non-military aspects of the crisis in Ukraine from a strategic communications perspectives. Riga, 40. https://stratcomcoe.org/cuploads/pfiles/russian_information_campaign_public_12012016fin.pdf
- Baschwitz, K. (2018). 3 1914–1918: War and Propaganda, 57–92. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/j.ctt1zxxxgf.6>
- Cooke, I. (2014). Propaganda as a weapon? Influencing international opinion. *British Library. World War One*. Retrieved from <https://www.bl.uk/world-war-one/articles/propaganda-as-a-weapon>

- Curtis, G. (1989). An overview of Psychological Operations (PSYOP). *Federal Research Division Library of Congress*. Retrieved from [https://amostribune.blob.core.windows.net/\\$web/psychops.pdf](https://amostribune.blob.core.windows.net/$web/psychops.pdf)
- Demm, B. (2017). Propaganda at Home and Abroad. Retrieved from https://encyclopedia.1914-1918-online.net/article/propaganda_at_home_and_abroad
- Dissent in World War I and World War II. Americans at War. Retrieved July 25, 2023 from Encyclopedia.com: <https://www.encyclopedia.com/defense/energy-government-and-defense-magazines/dissent-world-war-i-and-world-war-ii>
- Fellows, E. (1959). «Propaganda»: History of a Word. *Duke University Press*, 182–189. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/454039>
- Finch, L. (2000). Psychological Propaganda: The War of Ideas on Ideas During the First Half of the Twentieth Century. *Armed Forces & Society*, 367–386. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/45346379>
- Foley, C. (2015). An Analysis of American Propaganda in World War II and the Vietnam War. Honors Program Theses and Projects. Retrieved from : https://vc.bridgew.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1092&context=honors_proj
- Kindig, J. (2008). Cracks in the Consensus: World War II. Retrieved from https://depts.washington.edu/antiwar/pnwhistory_wwii.shtml
- Kostornova, E. (2023). *Propaganda manipulation technologies World War I, World War II and the Russian-Ukrainian war of 2014–2023 as a means of formation by an ideologist (comparative analysis)*. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4533091>
- Krashennnikov, F. (2023). The Kremlin Finally Puts Together an Ideology. Retrieved from <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/kremlin-finally-puts-together-ideology>
- Kurth, J. (1999). War, Peace, and the Ideologies of the Twentieth Century. *Current History*, 3–8. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/45318286>
- Lange-Ionatamishvili, L. (2015) Analysis of Russia’s Information Campaign Against Ukraine. Retrieved from: https://stratcomcoe.org/cuploads/pfiles/russian_information_campaign_public_12012016final.pdf
- Pan, D. (2022). Russia, Ukraine, and the Ideological Roots of Conflict. Retrieved from <https://www.telospress.com/russia-ukraine-and-the-ideological-roots-of-conflict/>
- Quinn, S. (2017, February 5). *10 Disney Propaganda Cartoons From World War II*. Retrieved from <https://listverse.com/2017/02/05/10-disney-propaganda-cartoons-from-world-war-ii/>
- Sproule, M. (1984). The Propaganda Analysis Movement Since World War I. Retrieved from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED253902.pdf>
- Whitaker, R. (1986). Official Repression of Communism during World War II. *Labour / Le Travail*, 135-166. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/25142596>
- Закревская, С. (2023, June 28). «8 лет, фашизм и Америка»: россияне рассказали, зачем было вторгаться в Украину, и придумали альтернативную историю. Видео. *Obozrevatel*. <https://news.obozrevatel.com/russia/8-let-fashizm-i-amerika-rossiyane-rasskazali-zachem-byilo-vtorgatsya-v-ukrainu-i-pridumali-alternativnuyu-istoriyu-video.htm>
- Коруц, У. (2019). Поняття пропаганди війни: Історико-правовий аспект. *Південноукраїнський правничий часопис*, 118–121. http://www.sulj.oduvs.od.ua/archive/2019/4/part_1/28.pdf
- Позняков, А. (2022, June 9). Путин назвал «возвращение земель» своей задачей и сравнил себя с Петром I. *Euronews*. <https://ru.euronews.com/2022/06/09/russia-putin-peter-the-great-parallels>
- Рашизм (2023, August 3). In *Wikipedia*. <https://uk.wikipedia.org/wiki/Рашизм>

Світова гібридна війна: український фронт (2017). (заг. ред. В.П. Горбулін). Київ, 496.

Reference

- Abrams, Z. (2022). *The role of psychological warfare in the battle for Ukraine*. *American Psychological Association*. Retrieved from <https://www.apa.org/monitor/2022/06/news-psychological-warfare>
- Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine* (2015). Examining non-military aspects of the crisis in Ukraine from a strategic communications perspectives. Riga, 40. https://stratcomcoe.org/cuploads/pfiles/russian_information_campaign_public_12012016fin.pdf
- Baschwitz, K. (2018). 3 1914–1918: War and Propaganda, 57–92. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/j.ctt1zxxxgf.6>
- Cooke, I. (2014). Propaganda as a weapon? Influencing international opinion. *British Library. World War One*. Retrieved from <https://www.bl.uk/world-war-one/articles/propaganda-as-a-weapon>
- Curtis, G. (1989). An overview of Psychological Operations (PSYOP). *Federal Research Division Library of Congress*. Retrieved from [https://amostribune.blob.core.windows.net/\\$web/phsync_ops.pdf](https://amostribune.blob.core.windows.net/$web/phsync_ops.pdf)
- Demm, B. (2017). Propaganda at Home and Abroad. Retrieved from https://encyclopedia.1914-1918-online.net/article/propaganda_at_home_and_abroad
- Dissent in World War I and World War II. Americans at War. Retrieved July 25, 2023 from Encyclopedia.com: <https://www.encyclopedia.com/defense/energy-government-and-defense-magazines/dissent-world-war-i-and-world-war-ii>
- Fellows, E. (1959). «Propaganda»: History of a Word. *Duke University Press*, 182–189. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/454039>
- Finch, L. (2000). Psychological Propaganda: The War of Ideas on Ideas During the First Half of the Twentieth Century. *Armed Forces & Society*, 367–386. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/45346379>
- Foley, C. (2015). An Analysis of American Propaganda in World War II and the Vietnam War. Honors Program Theses and Projects. Retrieved from : https://vc.bridgew.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1092&context=honors_proj
- Kindig, J. (2008). Cracks in the Consensus: World War II. Retrieved from https://depts.washington.edu/antiwar/pnwhistory_wwii.shtml
- Koruts, U. (2019) Ponyattya propahandy viyny: Istoryko-pravovyy aspekt. [The concept of war propaganda: Historical and legal aspect.], 118–121 (*In Ukrainian*). Retrieved from http://www.sulj.oduvs.od.ua/archive/2019/4/part_1/28.pdf
- Kostornova, E. (2023). *Propaganda manipulation technologies World War I, World War II and the Russian-Ukrainian war of 2014–2023 as a means of formation by an ideologist (comparative analysis)*. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4533091>
- Krashennnikov, F. (2023). The Kremlin Finally Puts Together an Ideology. Retrieved from <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/kremlin-finally-puts-together-ideology>
- Kurth, J. (1999). War, Peace, and the Ideologies of the Twentieth Century. *Current History*, 3–8. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/45318286>
- Lange-Ionatamishvili, L. (2015) Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine. Retrieved from: https://stratcomcoe.org/cuploads/pfiles/russian_information_campaign_public_12012016fin.pdf

- Pan, D. (2022). Russia, Ukraine, and the Ideological Roots of Conflict. Retrieved from <https://www.telospress.com/russia-ukraine-and-the-ideological-roots-of-conflict/>
- Poznyakov, A. (2022) *Putin nazval «vozvrashcheniye zemel'» svoey zadachey i sravnil sebya s Petrom I* [Putin called the "return of the lands" his task and compared himself with Peter I.] (In Russian). Retrieved from <https://ru.euronews.com/2022/06/09/russia-putin-peter-the-great-parallels>
- Quinn, S. (2017, February 5). *10 Disney Propaganda Cartoons From World War II*. Retrieved from <https://listverse.com/2017/02/05/10-disney-propaganda-cartoons-from-world-war-ii/>
- Sproule, M. (1984). The Propaganda Analysis Movement Since World War I. Retrieved from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED253902.pdf>
- Svitova hibrydna viina: ukrainskyi front [World hybrid war: the Ukrainian front: a monograph] (2017). (zah. red. V.P. Horbulin). Kyiv, 496 (In Ukrainian).
- Whitaker, R. (1986). Official Repression of Communism during World War II. *Labour / Le Travail*, 135-166. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/25142596>
- Zakrevskaya, S. (2023, June 28). «8 let, fashizm i Amerika»: rossiyanе rasskazali, zachem bylo vtorgat'sya v Ukrainu, i pridumali al'ternativnyuyu istoriyu. Video ["8 years, fascism and America": the Russians told why it was necessary to invade Ukraine, and came up with an alternative story. Video] (In Ukrainian). Retrieved from <https://news.obozrevatel.com/russia/8-let-fashizm-i-amerika-rossiyanе-rasskazali-zachem-byilo-vtorgatsya-v-ukrainu-i-pridumali-alternativnyuyu-istoriyu-video.htm>

Пропагандистські технології Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років: порівняльний аналіз

Євгенія Косторнова,

кафедра журналістики

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

(м. Івано-Франківськ, Україна)

Анотація

Метою дослідження було ідентифікування, опис, порівняння пропагандистських маніпуляційних технологій Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років.

Методи дослідження. Використано методи аналогії та порівняння, завдяки яким зіставили пропагандистські маніпуляційні технології під час Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років, метод опису, зокрема складання таблиці для відбиття подібності і відмінності пропагандистських маніпуляційних технологій під час обраних для аналізу війн.

Методика дослідження полягала в декількох процедурах: формування таблиці 1 «Пропагандистські маніпуляційні технології під час Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років», внесення даних за критеріями: «Джерела пропаганди», «Спрямованість пропаганди», «Ідеологія», «Реакція суспільства на пропагандистські маніпуляційні технології».

За результатами аналізу було встановлено, що максимальна кількість джерел пропаганди виявлена в російсько-українській війні 2014–2023 років. Серед спрямованостей пропаганди виявили їх спільність в обраних для дослідження війнах. У сформованій нами

таблиці й діаграмі дослідили й зобразили відмінність ідеологій, установили так звану трансформацію ідеології періоду однієї війни в періоді іншої. Досліджуючи реакцію суспільства на пропагандистські маніпуляційні технології, виявили тенденцію на зменшення кількості реакцій, що пояснюється збільшенням контролю всіх сфер життя в період воєнного часу й утисків з боку держави щодо протестів й опозиційних дій населення.

Висновки. Дійсно, у період обраних для дослідження війн є як подібність, так і відмінність у пропагандистських маніпуляційних технологіях.

Ключові слова: пропаганда, пропагандистські технології, Перша світова війна, Друга світова війна, російсько-українська війна.

Submitted to the editor – 07.08.2023

Review 1 – 08.08.2023

Review 2 – 04.09.2023

Accepted for printing – 15.09.2023

Подано до редакції – 07.08.2023

Рецензія 1 – 08.08.2023

Рецензія 2 – 04.09.2023

Прийнято до друку – 15.09.2023