

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему «Радіо як інструмент пропаганди під час інформаційної війни»

Виконала: студентка 4 курсу, групи

6.0619-1ж

спеціальності 061 журналістика

освітньої програми «Журналістика»

Калашнікова Ю. М.

Керівник: к. соц. ком., ст. викл. Виговська Н. А.

Рецензент: к. філол. н., доц. Романюк Н.В.

Запоріжжя 2023

ЗМІСТ

Реферат.....	3
Завдання.....	4
Вступ.....	6
Розділ 1. Теоретичні основи дослідження на тему: «Методи розповсюдження інформації на радіо».....	8
Розділ 2. Супровідна записка до творчого проєкту.....	24
2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту.....	24
2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту....	26
2.3. Формально-змістові характеристики проєкту.....	26
2.4. Особливості оформлення проєкту.....	27
2.5. Технічні і програмні засоби.....	27
2.6. Зв'язок із творчим доробком (портфоліо).....	27
Висновки.....	28
Список використаної літератури.....	29
Додаток А. Ілюстративний матеріал.....	32
Додаток Б. Творчий проєкт (тексти подкастів)	38
Додаток В. Список матеріалів портфоліо.....	42
Декларація академічної доброчесності.....	43
Abstract.....	44

РЕФЕРАТ

Назва теми: Радіо як інструмент пропаганди під час інформаційної війни.

Обсяг основної частини роботи: 23 сторінки.

Кількість використаних джерел: 25.

Мета роботи – проаналізувати цикл пропагандистських радіопрограм із використанням різних прийомів радіомонтажу та визначити основні методи і прийоми пропаганди, які застосовують російські медіа в радіомовленні.

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі **завдання**:

- 1) розглянути радіо як особливий вид мас-медіа;
- 2) дослідити поняття пропаганди як інструменту інформаційно психологічної війни;
- 3) з'ясувати роль радіоканалів у веденні інформаційних воєн;
- 4) здійснити аналіз російської пропаганди на «РадіоКрим»;
- 5) визначити основні методи і прийоми пропаганди в програмах російських медіа.

Об'єкт дослідження – радіопрограми російського радіо, які транслюються на тимчасово окуповані території України, як канал пропаганди у контексті ведення інформаційної війни.

Предмет дослідження – сучасні методи і прийоми пропаганди в радіопрограмах російського радіо.

Формально-змістові характеристики проєкту. Робота складається із реферату, вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури, 2-х додатків, сценарієм та аудіозаписами творчої частини.

Ключові слова: радіо, пропаганда, інформаційна війна, мас-медіа, пропагандистські радіопрограми.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти – бакалавр
Спеціальність 061 журналістика
Освітня програма «Журналістика»





ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Чернявська Ю. В.

«12» грудня 2022 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТЦІ
Калашніковій Юлії Миколаївни

1. Тема роботи - «Радіо як інструмент пропаганди під час інформаційної війни» («Radio as a tool of propaganda during the information war»), керівник роботи – Виговська Наталія Анатоліївна, к. соц. ком., ст. викл. затверджені наказом ЗНУ від «30» грудня 2022 року № 1903-с.
2. Строк подання студентом роботи – 9 червня 2023 р.
3. Вихідні дані до роботи – праці таких дослідників: Ю. Бабій, А. Головка, О. Гоян, Г. Джоветт, П. Катеринчук, О. Копан, А. Куцько, В. Лизанчук, В. Ліпкан, Є. Магда, М. Маклюен, Т. Мельников, В. О’Донелл, В. Таркін, Я. Шугайло та ін.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки: 1) розглянути радіо як особливий вид мас-медіа; 2) дослідити поняття пропаганди як інструменту інформаційно-психологічної війни; 3) з’ясувати роль радіоканалів у веденні інформаційних воєн; 4) здійснити аналіз російської пропаганди на «РадіоКрим»; 5) визначити основні методи і прийоми пропаганди в програмах російських медіа.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання видав (дата і підпис)	Завдання прийняв (підпис)
Вступ	Виговська Н.А., ст. викл.	15.02.2023	
1 розділ	Виговська Н.А., ст. викл.	14.03.2023	
2 розділ	Виговська Н.А., ст. викл.	15.05.2022	
Висновки і додатки	Виговська Н.А., ст. викл.	01.06.2023	

6. Дата видачі завдання – 20 січня 2023р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження.	26.01.2023	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту. Дібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	27.02.2023	Виконано
3	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури	14.03.2023	Виконано
4	Доробити творчий проєкт, скласти його опис та обґрунтування.	16.04.2023	Виконано
5	Сформувати список творчого доробку, написати всі інші підрозділи практичної частини.	29.04.2023	Виконано
6	Написати висновки і остаточний варіант вступу.	23.05.2023	Виконано
7	Оформити всі додатки.	27.05.2023	Виконано
8	Пройти рецензування. Здати роботу на нормоконтроль.	03.06.2023	Виконано
9	Виправити недоліки оформлення і здати роботу на кафедру.	09.06.2023	Виконано

Студент _____
(підпис)

_____ (ініціали та прізвище)

Керівник роботи



(підпис)

Виговська Н. А.

(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____

М. В. Чабаненко

ВСТУП

У контексті інформаційної війни Росії проти України, котра розпочалася ще задовго до повномасштабного вторгнення, можна спостерігати ефект тривалої інформаційної кампанії проти українських громадян, зокрема, через російські медіа і соціальні мережі. В цьому масиві інформаційних каналів радіо займає особливе місце. Фактично російські медіа є майданчиком політичної соціалізації значної частини українців, котрі проживають на тимчасово окупованих територіях та легко можуть піддаватися впливу найсучасніших методів кремлівської пропаганди. І радіо тут відіграє дуже потужну роль.

Тож вищесказане зумовлює *актуальність* вибору теми бакалаврської роботи.

Таким чином, *мета роботи* – проаналізувати цикл пропагандистських радіопрограм із використанням різних прийомів радіомонтажу та визначити основні методи і прийоми пропаганди, які застосовують російські медіа в радіомовленні.

Для досягнення мети варто вирішити такі *завдання*:

- розглянути радіо як особливий вид масмедіа;
- дослідити поняття пропаганди як інструменту інформаційно-психологічної війни;
- з'ясувати роль радіоканалів у веденні інформаційних воєн;
- здійснити аналіз російської пропаганди на «РадіоКрим»;
- визначити основні методи і прийоми пропаганди в програмах російських медіа.

Об'єктом дослідження є радіопрограми російського радіо, які транслюються на тимчасово окуповані території України, як канал пропаганди у контексті ведення інформаційної війни.

Предмет дослідження – сучасні методи і прийоми пропаганди в радіопрограмах російського радіо.

В роботі розглянути праці таких вітчизняних і зарубіжних дослідників: Ю. Бабій, А. Головка, О. Гоян, Г. Джоветт, П. Катеринчук, О. Копан, А. Куцько, В. Лизанчук, В. Ліпкан, Є. Магда, М. Маклюен, Т. Мельников, В. О’Донелл, В. Таркін, Я. Шугайло та ін.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається з реферату, вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури, 3-х додатків, сценарієм та аудіозаписами творчої частини. Обсяг основної частини роботи – 23 сторінки. Список використаної літератури включає 25 найменувань (викладених на 3-х сторінках).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ НА РАДІО

1.1. Ключові ознаки радіо як виду масмедіа

Радіомовлення – один із найважливіших соціальних феноменів та особливий вид масмедіа, що відіграє значну роль у житті сучасного суспільства. Назва «радіо» походить від латинського слова «radiare» – випромінювати, випускати промені [20, с. 412]. Під радіомовленням розуміють складну технологію передачі широкій аудиторії певної інформації, що реалізується за допомогою радіохвиль, дротових мереж (тоді такий вид радіомовлення можна назвати дротовим) або із використанням мереж із пакетною комутацією (інтернет-радіо у комп'ютерних мережах) [10, с. 15].

Дослідник Я. Шугайло радіомовленням називає засіб масової інформації, котрий через радіоканали передає необмеженій кількості слухачів мовленнєві, музичні, драматичні та інші передачі з метою інформаційно-емотивного впливу. У свою чергу, на думку дослідника, радіо – це спосіб передачі інформації на відстань за допомогою радіохвиль [20, с. 412].

Виникнення радіо пов'язують з іменами О. Попова та Г. Марконі наприкінці XIX ст. А широкого застосування радіо набуло лише після 1920 року. В Україні регулярне радіомовлення розпочалося 1924 року, де вперше воно з'явилося у Харкові, потім у Києві, Дніпрі та Одесі. На перших етапах розвитку радіо називали газетою без паперу, так як звичних для нас індивідуальних радіоприймачів тоді ще не було, а трансляція радіопередач відбувалася за допомогою гучномовців, встановлених на вулицях та площах [20, с. 412].

Проте значення радіо як засобу масової інформації та комунікації не завжди було однаковим: воно пройшло шлях від простого засобу ретрансляції до потужного інструменту впливу на людську свідомість.

Безумовно, у сучасних реаліях та медіаумовах змінилися і смаки та пріоритети аудиторії. Втім радіомовлення у системі ЗМІ, як і раніше, займає особливе місце, бо має унікальні характеристики, яким присвячений цілий ряд наукових досліджень. Так, одна із перших праць, що була опублікована у 1694 році із даної теми, – «Розуміння медіа: зовнішні розширення людини», у якій була розглянута специфіка радіомовлення як одного із засобів масової інформації, – належить вченому-соціологу М. Маклюену. Зокрема, дослідник пише, «що радіомовлення примушує та спонукає аудиторію активувати інші види сприйняття (крім слуху) самостійно» [25, с. 20]. Таким чином, у слухача з'являється можливість відсторонитися і більш осмислено та критично сприймати потік інформації. На думку вченого, «радіомовлення, навіть не володіючи відеорядом, викликало в аудиторії емоційну реакцію, змушуючи наче брати участь у тому, що відбувається». Усе це, на думку М. Маклюена, «свідчить про значний інтеграційний соціальний потенціал цього засобу масової інформації» [25, с. 21].

«Специфічна особливість цього каналу масової комунікації полягає у тому, що...він здатний відображати явища дійсності у більшій конкретності і з більшою чуттєвою повнотою», – стверджує радіожурналіст, зарубіжний професор А. Шерель [3, с. 38]. На думку дослідника, «звук, що представляє собою сутність природи радіо, відтворює факти та явища дійсності у їх безпосередній звуковій характеристиці, тобто у більш чуттєво конкретній формі». Саме тому А. Шерель вважає, що «радіо не повинне обмежуватися лише словом як засобом вираження; воно здатне впливати на аудиторію цілим комплексом засобів вираження, що створюються можливостями звукового відображення дійсності» [3, с. 38].

Таким чином, можна стверджувати, що радіо в однакових пропорціях орієнтоване як на логічний, так і на емоційний вплив, спираючись при цьому на уяву та фантазію слухача.

Якщо оперувати часовими характеристиками, то ще 10 – 15 років тому, згідно із ствердженням дослідника Д. Любосветова, «серед інших каналів

комунікації радіомовлення володіло найвищою проникаючою здатністю, за масштабами охоплення населення та значимості у житті людей із ним важко було конкурувати не лише газетам, а й телебаченню» [1, с. 101]. На думку вченого, «радіомовлення залишається надійним супутником людини, природнім середовищем її повсякденного існування і в умовах, котрі утруднюють чи виключають контакт зі світом за допомогою інших засобів так званого масового спілкування. Можна сказати, що воно стало «електронним подовженням» одного із її чуттєвих рецепторів – слухового – до глобальних масштабів» [1, с. 101].

У свою чергу, теоретик у галузі радіожурналістики І. Тхагушев ще на початку 1990-х років писав: «Сьогодні відбуваються перебудова, зрушення, зміна якостей ЗМІ, але вони залишаються системним об'єктом» [1, с. 103]. Сьогодні, у межах розмови про зміни у специфіці аудіальних засобів масової комунікації варто розглянути основні характеристики сучасного радіомовлення. При цьому треба зазначити, що здатність радіомовлення включати у сферу свого впливу значну кількість людей, якісно нове освітлення просторових, аудиторних можливостей пов'язані із рядом факторів фізичного, соціопсихологічного та психологічного характеру, котрі присутні природі радіо, таких як:

- акустичність (основний засіб вираження – звук). Природа радіо – акустична: здійснюється виключно у звуках, у чому закладені як величезні переваги цього засобу масової інформації, так і деякі його обмеження;
- оперативність – можливість (перш за все технічна) забезпечити мінімальний проміжок часу (якщо мова йде про сферу оперативної журналістики) між тим, що відбувається та повідомленням про це, створюючи у слухачів відчуття «події», співучасті. Можливість здійснювати трансляцію подій у момент їх звершення дозволяють технічні засоби. У структурі сучасних ЗМІ радіо до цього часу залишається одним із найбільш оперативних каналів передачі інформації. Раніше дослідники відзначали, що «його справа – це, у першу чергу, інформувати, тоді як справа телебачення –

демонструвати, а газети – аналізувати та пояснювати» [3, с. 94]. На сьогодні очевидним є той факт, що в умовах мультимедійності і конвергенції, межі між переліченими функціями доволі розмиті;

- **всюдисущість (доступність)** – здатність електромагнітних коливань (хвиль), що несуть повідомлення, проникати у будь-яку точку простору, котра покривається випромінюванням передавача. Висока проникаюча здатність радіо забезпечується завдяки компактності та мобільності прийомних засобів на сучасному рівні. Сьогодні актуальним є досить вагомий аспект доступності – дешевизна. Очевидно, що у фінансовому відношенні радіо є одним із найбільш доступних джерел інформації. І у цьому контексті, ознаменоване тотальним впливом інтернету, радіо, завдяки своїй просторовій свободі, залишається поза будь-якою конкуренцією;

- **фоновість** – так звана придатність до фонового споживання – акустичний спосіб здійснення, сприйняття радіоповідомлення на слух, що не вимагає від людини повної зосередженої уваги, тобто відбувається процес слухання радіо у вигляді суміщеної діяльності;

- **здатність передавати реальні звукові характеристики явищ** засобами документальних «малюючих» шумів, що створюють так званий ефект присутності [1, с. 103];

- **психологічний вплив на людей.** У системі ЗМІ радіо, що орієнтоване, перш за все, на слухове сприйняття, впливає на людську уяву. Воно змушує фантазувати, додумувати. Ще до появи радіо було доведено, що людина у міру своїх можливостей та розвитку асоціативного мислення намагається перевести звукові враження у зорові. Цей процес неминучий, він не залежить від бажання людини, так як виражає об'єктивну закономірність природи сприйняття оточуючого світу. Крім того, як стверджують соціопсихологи, навіть найтрагічніша інформація сприймається із меншою нервовою напругою по радіо, ніж з телевізійного екрану, так як у цьому

випадку спрацьовує механізм психологічного захисту, котрий є у кожного індивіда [1, с. 104].

До вищеперерахованих, ключових, характеристик радіо варто додати і так звані другорядні, котрі подає нам О. Гоян. Проте вони відіграють не менш важливу роль у сприйнятті слухачем радіоінформації. Зокрема, це:

- дистанційність мовленнєвого акту – властивість, котра досить довгий період часу була характерна не лише для радіо, а й для інших ЗМІ (коли журналіст не бачить свою аудиторію, має лише уявлення про неї);
- спрямованість мовленнєвого повідомлення (ефір адресований слухачеві);
- камерність – індивідуальне сприйняття звукового потоку;
- синхронність сприйняття мови у момент її проголошення;
- позавізуальність (відсутність візуального образу) [3].

Сучасні дослідники відзначають, що із появою інтернету, у результаті освоєння мультимедійних можливостей, радіо набуло якісно нових характеристик. У результаті, багато із перерахованих вище властивостей або втрачають свою актуальність, або трансформуються. Для прикладу, __ говорить, що «використання нових мультимедійних технологій робить неспроможними такі базові якості радіо, як позавізуальність та миттєвість (відео трансляції, фотоматеріал у соціальних мережах). Радіо сьогодні виходить із розряду суто акустичних ЗМІ та набуває рангу аудіовізуального медіа» [3, с. 68]. Вчені вважають, що цю властивість варто оцінювати як позитивну тенденцію, враховуючи специфіку та потреби сучасної аудиторії. Беззаперечним є той факт, що так звана візуальна картинка аудіо потоку, по-перше, дозволяє розширити межі можливостей радіо, а, по-друге, розширити спектр аудиторних ніш.

Що стосується такої властивості радіо, як миттєвість (сприйняття інформації виключно в момент її трансляції), то нова технологічна основа у вигляді різноманітних платформ інтернету дозволяє аудиторії звернутися до радіоефірного продукту (програми, окремих матеріалів) у будь-який час.

Крім того, завдяки інтернету у радіо з'явилася нова ознака – транскордонність, тобто у цьому випадку стосовно радіоефіру територіальні межі відсутні (актуально для будь-якої радіостанції, що працює в онлайн-форматі). «Завдяки своїй платформі в Інтернеті вона без додаткових витрат може транслювати свої програми у тих регіонах, де у неї немає ефірних частот, і тим самим залучати до себе додаткову аудиторію» [3, с. 68]. Багато дослідників сходяться на думці, що цю властивість радіо можна назвати унікальною.

Ще дуже важливою характеристикою сучасного радіомовлення є інтерактивність – можливість зворотного зв'язку із аудиторією, а значить – вивчення її реальних потреб, а також формування коригувальних аспектів у діяльності самої радіостанції. Значну роль у здійсненні інтерактиву сьогодні, перш за все, відіграють мобільні засоби зв'язку (телефон, планшет).

Таким чином, основні властивості радіомовлення дозволяють йому успішно взаємодіяти із іншими сучасними мас-медіа, зокрема, із інтернетом та телебаченням, зберігаючи при цьому неповторні методи та форми впливу на аудиторію (включаючи пропаганду), а також на інтерес слухачів.

1.2. Пропаганда як основний інструмент ведення інформаційних воєн

У контексті інформаційної війни Росії проти України, котра розпочалася ще задовго до повномасштабного вторгнення, ми можемо спостерігати ефект тривалої інформаційної кампанії проти наших громадян через російські ЗМІ, особливо це стосується соціальних мереж та радіо. Фактично російські медіа є майданчиком політичної соціалізації значної частини українців, котрі проживають на тимчасово окупованих територіях та легко можуть піддаватися впливу найсучасніших методів московської пропаганди [6, с. 223].

Сам термін «пропаганда» (від латинського слова «propaganda» – розповсюдження) має безліч трактувань. Наведемо деякі із них:

- система діяльності, спрямована на розповсюдження знань, цінностей та іншої інформації з метою формування певних поглядів, уявлень, емоційних станів, а також впливу на соціальну поведінку людей;
- розповсюдження у масах ідеології політики певних класів, партій чи держав;
- засіб маніпулювання суспільною свідомістю;
- розповсюдження та навіювання поглядів, ідей, думок з метою створення позитивного чи негативного настрою аудиторії та стимулювання її реакції у бажаному напрямі;
- фабрикація та розповсюдження повідомлень, що спотворюють факти, створюють дезінформацію з метою просування державних інтересів;
- багатoelementна політична технологія, що орієнтована на управління суспільством шляхом формування у громадян міцних соціальних установ та стереотипів, що відповідають інтересам комунікатора [14; 23; 24].

В. Таркін пропагандою називає метод інформаційно-психологічної війни, що характеризується комплексом дій – переконання, розповсюдження ідей, думок, доктрин, ідеології, чуток та іншої інформації (або ж дезінформації), що впливають на цільову аудиторію з метою її примушування до певного способу поведінки та мислення [17, с. 251].

Таким чином, на основі наведених визначень можемо зробити висновок, що пропаганда – це розповсюдження інформації, котра має на меті формування потрібної суспільної думки та спонування громадян до певних дій.

Пропаганда, як потужний метод впливу на сучасний соціум, володіє кількома характерними особливостями:

- наявність процесу маніпуляції свідомістю;
- наявність обов'язкових структурних елементів, що відповідають за процес пропагандистського впливу;
- відправник та отримувач (комунікатор та реципієнт);

- засоби комунікації – своєрідний код, що використовується для передачі інформації у знаковій форм (слова, візуальний ряд тощо), а також канали, по яким передається повідомлення від комунікатора до реципієнта (інтернет, телебачення, радіо та ін.);
- предмет комунікації та повідомлення, що його відображає (радіосюжет, стаття тощо);
- ефекти комунікації – наслідки комунікаційного впливу, виражені у зміні внутрішнього стану суб'єктів цього процесу, у їх діях тощо;
- обов'язкове існування чіткої внутрішньої логіки процесу пропагандистського впливу [14, с. 49].

Дослідник В. Таркін ознаками пропаганди вважає:

- 1) публічність та масштабність;
- 2) дуальність: мета пропаганди – це не лише вплив на маси, але й їхня цілеспрямована дезінформація;
- 3) наявність широкого інструментарію (зображення, друк, лозунги, промови та ін.);
- 4) комплексність – відбувається разом з іншими засобами регулювання соціальної поведінки мас [17, с. 252].

Пропаганда виконує цілий ряд функцій:

- дезінформації – відіграє особливу роль у зовнішній пропаганді, в якій об'єктом є ворог держави;
- викриття – виявлення неправдивої інформації та її оприлюднення;
- агітації – допомога у визнанні ідеології або певної політичної системи;
- інтеграції – об'єднання та закріплення структур;
- інформації – елемент пропагандистського повідомлення, яке згодом інтерпретується [17, с. 252].

Розглянемо також основні види пропаганди. Так, в залежності від ступеня фальсифікації контенту виділяють «білу», «сіру» та «чорну»

пропаганди. У «білій» пропаганді джерело повідомлення чітко ідентифіковане і відомо, хто є її розповсюджувачем. У «сірій» пропаганді джерело повідомлення не визначається однозначно, тож отримана інформація може бути неточною. «Чорна» пропаганда характеризується використанням неправдивих джерел повідомлень, які навмисно приховують реального відправника і поширюють брехливу інформацію.

Пропаганда також може бути класифікована за спрямуванням впливу на зовнішню і внутрішню. Зовнішня пропаганда зазвичай використовується під час ведення воєнних дій та спрямована на громадян інших країн. Внутрішня пропаганда, натомість, впливає на громадян власної держави [17, с. 252].

В залежності від того, які емоції викликає пропаганда, її класифікують на позитивну та негативну. Позитивна пропаганда, виконуючи виховну, інформаційну та роз'яснювальну функції, сприяє досягненню згоди, соціальній гармонії, вихованню громадян відповідно до загальноприйнятих цінностей та норм. Вона здійснюється на користь тих, кому адресована, та не переслідує жорстких маніпулятивних цілей. Натомість негативна пропаганда спрямована на створення ілюзорної, паралельної реальності, що вигідна пропагандисту, з викривленою системою цінностей, переконань, поглядів з метою маніпулювання суспільною свідомістю в інтересах обмеженої групи осіб. Вона сприяє розпалюванню соціальної ворожнечі, соціальних конфліктів, загостренню протиріч у суспільстві. Це дозволяє роз'єднувати людей та нав'язувати вигідні пропагандистам переконання та стереотипи [14, с. 49].

Окрім того, пропаганда може бути розповсюджена прямим або непрямим способом. Пряма пропаганда передбачає особистий контакт між відправником і отримувачем та характеризується прямою, зворотнім зв'язком та невеликою дистанцією, наприклад, як під час зустрічей кандидатів з виборцями. Непряма пропаганда, натомість, передається через ЗМІ, які виступають посередниками у пропагандистському процесі.



Рис. 1.2.1 – Основні методи пропаганди

В українському суспільстві, на думку Т. Мельникової і В. Таркіна, пропаганда найчастіше здійснюється за допомогою [14; 17] (рис. 1):

1 Маніпуляцій свідомістю – управління поведінкою особистості, соціальної групи чи цілого соціуму, при якому застосовуються приховані методи соціально-психологічного впливу на людську підсвідомість.

2 Фальсифікованих історій або їх спрощення.

3 Обману.

4 Ефекту першості (як правило людина, що надала інформацію першою, вважається правою).

5 Принципу контрасту.

6 Повтору (одним із найефективніших способів пропаганди є постійне повторення одних і тих же тверджень).

7 Створення загрози – відноситься до числа прийомів, що впливають на емоції аудиторії. Його головне завдання полягає у переконанні громадян в існуванні реальної загрози або створенні уявної. Так, для прикладу росЗМІ постійно навіюють своїм громадянам думки про загрозу із заходу, яку для них нібито несе НАТО.

8 Прищеплення «ярликів» (наприклад, у російських мас-медіа усі українці є «бандерівцями», «фашистами», «нацистами» тощо).

Таким чином, пропаганда, будучи потужним засобом для маніпулювання, відіграє особливу роль у формуванні суспільної думки, сприяє зміні поглядів, установок, мислення та поведінки громадян.

1.3. Роль радіоканалів у веденні інформаційних воєн

Проблема адекватного споживання інформації є актуальною для будь-якого суспільства, котре проходить інформаційну фазу еволюції. Тому відбір інформації, її подання та інтерпретація – це важливе завдання сучасного медіапростору, що, звісно, відкриває широкі можливості для маніпуляції суспільною свідомістю. Особливо нагальним це питання є для нашої держави, з якою країна-агресор Росія, ще, починаючи з 2014 року, веде жорсткі інформаційні війни, намагаючись дискредитувати українців та українську владу та посіяти розбрат і паніку серед населення.

На сьогоднішній день досі не вироблено єдиного визначення поняття «інформаційна війна». Тож, проаналізуємо деякі із них. Так, наприклад, у дослідженнях американських вчених (К. Паул та М. Метьюс), інформаційна війна – це різновид бойових дій, у якому ключовим об'єктом впливу є інформація, що зберігається або циркулює в управлінських, розвідувальних, бойових та інших системах супротивника [22].

На думку дослідника О. Миколаєва, інформаційна війна – це міждержавне протиборство в інформаційному просторі з метою нанесення шкоди інформаційним системам, процесам та ресурсам, критично важливим та іншим структурам задля підриву політичної, економічної та соціальної систем, масової психологічної «обробки» населення для дестабілізації суспільства і держави [9, с. 5].

Науковець С. Макаренко вважає, що інформаційна війна – це комплексний вплив на систему державного та військового управління ворога, на його військово-політичне керівництво, що може призвести до прийняття сприятливих для сторони-ініціатора інформаційного впливу рішень, та паралізувати функціонування управлінської інфраструктури супротивника [13, с. 78].

Ще один науковець В. Ліпкан зазначає, що інформаційна війна є найвищим рівнем інформаційної боротьби, спрямованої на розв'язання суспільно-політичних, ідеологічних, національних, територіальних та інших конфліктних ситуацій між державами, народами, націями чи соціальними групами за допомогою реалізації засобів та методів інформаційного насильства [11].

Як стверджують дослідники А. Шумка та П. Черник, інформаційна війна – це дії, котрі вчиняються задля досягнення інформаційної переваги у підтримці національної військової стратегії через вплив на інформацію та інформаційні системи супротивника [21, с. 14].

О. Копан та В. Мельник трактують інформаційну війну як використання пропаганди проти ворога, що спрямована на певну державу чи державну політику або ж розлад економічної системи, і в подальшому може призвести до активізації дій громадянського суспільства проти власних урядів [8, с. 93].

Український політолог та дослідник гібридних воєн Є. Магда говорить про те, що інформаційна війна – це узгоджена діяльність із використанням

інформації як зброї, що є невід'ємною складовою як на полі бою, так і поза ним [12].

Натомість вчені П. Шпиґа та Р. Рудник вважають, що існує чотири різнопланові підходи до визначення поняття «інформаційна війна»:

- сукупність політико-правових, соціально-економічних та психологічних дій, котрі передбачають захоплення інформаційного простору, витіснення ворога з інформаційної сфери, знищення його комунікацій, позбавлення засобів передачі повідомлень тощо;
- найгостріша форма протистояння в інформаційному просторі, де першочергового значення набувають такі якості взаємодії, як безкомпромісність, висока інтенсивність суперечки та короткотривалість гострого суперництва;
- форма забезпечення та ведення військово-силових дій за допомогою сучасних електронних засобів (цифрових випромінювачів, супутникових передавачів тощо);
- кібернетична війна (протистояння між технічними системами) [19, с. 328].

Г. Почепцов під інформаційною війною розуміє насильство над сприйняттям читача чи глядача, прямий обман того, хто сприймає медіаповідомлення, що надходить із медіареальності, породженої ЗМІ [4, с. 15]. Натомість О. Данильян та О. Дзьобань інформаційною війною називають «цілеспрямований вплив на суспільну свідомість супротивника задля досягнення інформаційної переваги, політичних та військових цілей шляхом заподіяння шкоди інформації та інформаційним системам ворога» [4, с. 15 – 16]. Метою такого впливу, на думку авторів, є зміна суспільної свідомості супротивника, досягнення над ним інформаційної переваги задля подальшої зміни його поведінки (військової стратегії).

І. Проноза вважає, що інформаційна війна – це дії, спрямовані на досягнення інформаційної переваги, підтримку національної військової стратегії за допомогою впливу на інформацію та інформаційні системи

супротивника [16, с. 66]. На думку А. Монайло, інформаційна війна – це політична боротьба, виражена у формі інформаційно-психологічного впливу із застосуванням інформаційної зброї, що виступає неодмінним атрибутом політичного керівництва [16, с. 66].

Українські науковці Я. Жарков та Д. Кіслов зауважують, що інформаційна війна може бути спрямована проти громадянського суспільства та влади за допомогою пропаганди, психологічних кампаній, проникнення в інформаційні мережі та бази даних, а також просування ідей опозиційних рухів через комп'ютерні мережі [5; 7].

Головний метод інформаційних воєн – поширення дестабілізуючої інформації (тієї, що породжує страх, пасивність, песимізм, зневіру до державного керівництва). До основних способів цього методу відносять:

- суб'єктивну інтерпретацію подій (видаючи, наприклад, жертв власних злочинів за злочини супротивника);
- апеляцію до бінарного мислення, у якого сприймаються або лише позитивні, або негативні події;
- визначальний характер бездоказових висновків, у якості підстави для яких може використовуватися вже нібито «доведений» фрагмент міфологічної медіакартини світу;
- побудову абстрактних узагальнень на основі поодиноких випадків та перенесення окремих деталей на оцінку усієї події в цілому;
- перебільшення можливих наслідків подій, що розглядаються [4, с. 16].

Іншим, не менш поширеним методом ведення інформаційної війни, є навмисне відволікання від значущої інформації чи певних дій (так, наприклад, російські медіа відволікають увагу свого населення від нагальних проблем всередині своєї країни розповідями про українську хунту, неонацистів та ін.) [4, с. 17].

У контексті нашого дослідження варто зауважити, що на сьогоднішній день застосування Росією інформаційно-психологічної зброї у медіапросторі

у тому числі, й за допомогою радіомовлення шляхом агресивного впливу на свідомість і підсвідомість здійснюється за такими напрямками:

- забезпечення прийняття військово-політичним керівництвом України бажаних для російської федерації рішень та спонукання до виконання невірних політичних, військових та економічних кроків;
- підриг легітимності української політичної влади;
- підриг авторитету України на міжнародній арені, створення її негативного іміджу з метою скорочення військової та фінансової допомоги від країн Європи та США;
- дестабілізація ситуації в Україні в цілому, «розхитування» суспільних настроїв, підриг морально-психологічного стану українців (зокрема, й воїнів ЗСУ);
- підриг обороноздатності України та боєздатності її Збройних Сил;
- підтримка дій ворожих диверсійно-розвідувальних груп та колаборантів, що спрямовані на знищення чи завдання шкоди українській владі та суспільству;
- створення негативного образу українця, шляхом розповсюдження фейків про «неонацистів», «націоналістів», «бандерівців», «київську хунту», що діаметрально протилежне істинному обличчю справжніх жителів нашої країни;
- заміна соціально-культурної ідентичності усього українського населення або ж його частини, нав'язування сумнівів стосовно наших національних цінностей та засад державотворення [4, с. 19 – 20].

Отже, зважаючи на вищесказане, українське радіомовлення, задля протидії інформаційній війні росії проти України, повинне:

- надавати лише об'єктивну та неупереджену інформацію, що береться із достовірних та перевірених джерел;

- поширювати контрпропаганду, що є прямим захистом громадської думки від маніпуляцій зі сторони країни-агресорки та її поплічників;
- належним чином висвітлювати роботу державних органів, що сприятиме підвищенню прозорості влади, а отже, і робитиме її дії більш зрозумілішими для суспільства;
- сприяти патріотичному вихованню громадян України, пропагуючи нашу унікальну національну культуру, традиції та мову [2].

Зважаючи на вищесказане, назвемо основні функції українського радіо у контексті російсько-української інформаційної війни (див. Додаток А).

РОЗДІЛ 2

СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту

На захист кваліфікаційної роботи бакалавра, ми створили 3 радіопрограми на основі аналізу пропагандистських сюжетів. Джерелом для аналізу стала кримська радіостанція «РадіоКрим». Досліджуючи питання пропаганди «РадіоКрим» варто зазначити, що даний вид засобу масової інформації є відносно новою радіостанцією. Так, «РадіоКрим» є радіостанцією, яка була створена у 2015 році. Її створили активісти після анексії Криму, а метою такого створення була підтримка кримськотатарського населення Криму. Активісти, які створили станцію, прагнули забезпечити кримськотатарському населенню можливість отримувати об'єктивну та незалежну інформацію. Вони боролися з обмеженнями свободи слова та цензурою, які ввів окупаційний режим. На «РадіоКрим» транслювались новини, інформація про події в Криму. Також радіо пропагувало культуру і мову кримських татар. «РадіоКрим» виходила в ефір кілька годин на день. Також на радіостанції були популярні, для місцевого населення, програми, включаючи інтерв'ю.

У березні 2019 року станція припинила своє існування на території Криму. Станції заборонили працювати, оскільки окупаційна влада звинуватила «РадіоКрим» у екстремізмі та поширенні ворожої пропаганди. Зараз радіо існує, проте не у своєму звичному форматі, воно працює з незалежних студій, які розташовані за межами Криму.

З 2020 року було створено пропагандистську версію «РадіоКрим». Наразі власником радіо є організація «Телекомпанія Крим», радіостанція знаходиться у Сімферополі. На радіо транслюються такі програми:

- Пісня на війні («Песня на войне»);
- У фокусі («В фокусе»);
- Лінії («Линии»);

- Дорожній патруль («Дорожный патруль»);
- Коля та Сергій («Коля и Сергей»);
- Економічний щоденник («Экономический дневник»);
- Психологія про... («Психология про...»);
- Здоровий сенс («Здравый смысл»);
- У Відпустку («В отпуск»);
- Півострів Крим («Полуостров Крым»);
- З місця подій («С места событий»);
- Спортивний огляд («Спортивный обзор»);
- Що говорять вчені («Что говорят ученые»);
- Мандри по Криму з Євгеном Бондаренком («Путешествия по Крыму с Евгением Бондаренко»);
- Чат з експертом про бізнес («Чат с экспертом о бизнесе»);
- Чат з експертом про ЖКГ («Чат с экспертом о ЖКХ»);
- Про культуру («Про культуру»);
- Живий Крим («Живой Крым»);
- Авіашоу («Авиашоу»);
- Ковчег («Ковчег»);
- Кіноісторія («Киноистория»);
- Крим багатонаціональний («Крым многоликий»);
- Великий і могутній («Великий и могучий»);
- Знання – сила («Знания – сила»);
- Футбольний архів («Футбольный архив»);
- Таємниці Криму («Тайны Крыма»);
- Гра в класики («Игра в классики»).

Опишемо детально найбільш популярні програми, у яких проявляються пропагандистські наративи.

Програма «У Фокусі» транслюється в ефірі з понеділка по п'ятницю об 11.00, 13.00, 15.00 Ведучі програми: Данило Бурлаков, Михайло Кузнецов, Дмитро Остров, Олена Ільницька. У програмі обговорюються коментарі

фахівців, думки експертів, очевидців щодо найактуальніших подій півострова, країни та світу. Ми подивилися п'ять випусків програми і проаналізували пропагандистські наративи в кожній з них.

Також було проведено аналіз програми «Лінії». Програма «Лінії» виходить в ефір з понеділка по п'ятницю з 7.00 по 9.00.

У програмі обговорюються новини, резонансні події. Ведучі: Михайло Кузнецов, Ілля Ізотов, Олена Ільницька. Ми подивилися шість випусків програми і зробили аналіз кожної з них. Послухати їх можна у першому подкасті.

Для другого та третього подкасту, ми обрали програму «У Фокусі», яка виходить в ефір із понеділка по п'ятницю, тричі на день, об 11.00, 13.00 та 15.00 на «РадіоКрим», яка триває у середньому від 15 до 20 хвилин [15].

2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту

Розроблений нами аналіз пропаганди на «РадіоКрим» (на етапі планування) був розрахований на свідому аудиторію окупованої території Криму. Жителі Криму, у віці 18-45 років, які перебувають на території або поза нею, слухаючи наш подкаст, зможуть відрізнити пропаганду від новини. Наші подкасти також можуть слухати не тільки люди з півострова, а також жителі України, які мають бажання краще розуміти і протидіяти пропаганді, що діє в Росії.

2.3. Формально-змістові характеристики проєкту

Створені нами подкасти були розміщені на платформі «SoundCloud», куди ми завантажили відповідний контент. У ході процесу оформлення, нами було додано логотип «Stop propaganda», текст-опис запропонованого матеріалу.

2.4. Особливості оформлення проєкту

Для візуального обрамлення матеріалів нашого радіопроекту було використано логотип «Stop propaganda». Слово «propaganda» має колір країни-агресора. Також, рука з написом «Stop» символізує протидію пропаганді Росії.

2.5. Технічні і програмні засоби

Для запису подкасту була використана програма «Диктофон», котра функціонує на IOS. Окрім того, була використана стрімінгова платформа «SoundCloud» як площадка для розміщення створеного аудіо контенту.

2.6. Зв'язок із творчим доробком (портфоліо)

До повномасштабного вторгнення Росії до України, я не займалася тематикою пропаганди, але війна внесла свої корективи. Кількість і якість пропаганди під час війни викликала необхідність розібратися з цією темою.

Тематика мого портфоліо: здоров'я, розваги, інше.

Жанр опублікованих матеріалів- замітка. Мої матеріали були опубліковані на сторінках медіа Запорізького національного університету, також два з них були опубліковані на сайті Gorozhanin.info.

ВИСНОВКИ

Під радіомовленням розуміють складну технологію передачі широкій аудиторії певної інформації, що реалізується за допомогою радіохвиль, дротових мереж (тоді такий вид радіомовлення можна назвати дротовим) або із використанням мереж з пакетною комутацією (інтернет-радіо у комп'ютерних мережах).

Основні властивості радіомовлення, дистанційність, позавізуальність, транскордонність, інтерактивність тощо, дозволяють йому успішно взаємодіяти з іншими сучасними мас-медіа, зокрема, із інтернетом та телебаченням, зберігаючи при цьому неповторні методи та форми впливу на аудиторію, включаючи пропаганду, а також на інтерес слухачів.

Радіо, як особливий вид масмедіа, є потужним засобом пропаганди під час ведення інформаційної війни росії проти України, тому українське радіомовлення повинне використовувати усі можливі засоби задля поширення правдивої інформації та контрпропаганди, викриття російських фейків та сприяння патріотичного виховання сучасної молоді.

Пропаганда – це метод інформаційно-психологічної війни, що характеризується комплексом дій – переконання, розповсюдження ідей, думок, доктрин, ідеології, чуток та іншої інформації або ж дезінформації, що впливають на цільову аудиторію з метою її примушування до певного способу поведінки та мислення. Пропаганда, будучи потужним засобом для маніпулювання, відіграє особливу роль у формуванні суспільної думки, сприяє зміні поглядів, установок, мислення та поведінки громадян.

В усіх проаналізованих радіопередачах кремлівська пропаганда є негативною, та засновується на суцільній брехні, обмані, принципі контрасту, фальсифікованих історіях, повторях та прищеплюванні ярликів. Проте, незважаючи на це, російські пропагандисти самі іноді викривають власну брехню у прямому ефірі, а також критикують свою ж владу, створюючи ефект контрпропаганди.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бабій Ю. Б. Основи мас-медійної комунікації. Основи теле- та радіожурналістики. Навчально-методичний комплекс навчальної дисципліни. Миколаїв, 2019. 166 с.
2. Головка А. А., Токарський О. О. Роль ЗМІ в сучасній інформаційній війні. *Молодий вчений*. 2016. № 6 (33). С. 309 – 310.
3. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту: підручник. Київ: ВЦ «Київський університет», 2004. 190 с.
4. Данильян О. Г., Дзьобань О. П. Інформаційна війна у медіапросторі сучасного суспільства. *Філософія*. 2022. С. 11 – 29.
5. Жарков Я. Інформаційно-психологічна боротьба у війсьній сфері: навч. посіб. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2014. 390 с.
6. Катеринчук П. Російська пропаганда як інструмент зовнішньополітичної стратегії щодо України. *Історико-політичні проблеми сучасного світу*: Збірник наукових статей. 2016. № 33 – 34. С. 222 – 229.
7. Кіслов Д. Інформаційні війни : монографія. Київ: Київ. нац. торг. економ. ун-т, 2013. 300 с.
8. Копан О. В., Мельник В. І. Інформаційно-психологічна війна як засіб маніпулювання людською свідомістю. *Інформація і право*. 2016. № 2. С. 92 – 98.
9. Куцька О. Агітація, пропаганда, інформаційно-психологічна війна: історія виникнення термінів, їх значення та взаємозв'язок. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. Серія: Історія. 2017. Вип. 1(3). С. 3 – 10.
10. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики. Київ: Знання, 2006. 628 с.
11. Ліпкан В. А., Череповський К. П. Інкорпорація інформаційного законодавства України: монографія / за заг. ред. В. А. Ліпкана; Глобал. орг.

союзн. лідерства, Акад. безпеки відкритого сусп-ва, Акад. наук. вищ. освіти України. Київ: Ліпкан О. С., 2014. 391 с.

12. Магда Є. Гібридна війна: вижити і перемогти. Харків: Віват, 2015. 304 с.

13. Макаренко С. І. Інформаційне протидіювання та радіоелектронна боротьба у війнах початку XXI століття. Київ, 2017. 546 с.

14. Мельникова Т. С. Пропаганда як технологія політичного маніпулювання. *Влада*. 2010. № 8. С. 47 – 51.

15. Офіційний сайт «РадіоКрим». URL: <https://crimea-radio.ru>.

16. Проноза І. І. Засоби масової інформації і комунікації в інформаційній війні як сучасна політична практика. *Науковий журнал «Політикус»*. Серія: Політичні інститути та процеси. 2020. Вип. 3. С. 65 – 69.

17. Таркін В. П. Пропаганда як метод інформаційно-психологічної війни: політичний контекст. *Правове життя сучасної України: у 3 т.: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 15 трав. 2020 р.)* / відп. ред. М. Р. Аракелян. Одеса : Гельветика, 2020. Т. 1. С. 251 – 254.

18. Хорошко В. О., Хохлачова Ю. Є. Інформаційна війна. *ЗМІ як інструмент інформаційного впливу на суспільство. Частина 1. Безпека інформації*. 2016. Т. 22, № 3. С. 286.

19. Шпиґа П. С., Рудник Р. М. Основні технології та закономірності інформаційної війни. *Проблеми міжнародних відносин*. 2014. Вип. 8. С. 326 – 339.

20. Шугайло Я. В. Засоби масової інформації: історичні аспекти розвитку. 2018. С. 410 – 415.

21. Шумка А. В., Черник П. П. Теоретичні аспекти інформаційних війн та національна безпека. *Грані*. 2015. № 9. С. 10 – 16.

22. Electronic Warfare. US Joint Chiefs of Staff, 2007. 115 p.

23. Ellul J. Propaganda. The formation of men's attitudes. New York, 1973. 320 p.

24. Jowett G. S., O'Donnell V. Propaganda and Persuasion (3rd ed.). Thousand Oaks (Calif.). London, New Delhi: Sage Publications Inc., 1999. 430 p.
25. McLuhan M. Understanding Media The extensions of man. London and New York, 2003. 369 c.

ДОДАТОК А

ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ



Рисунок А. 1. – Функції радіо у контексті ведення інформаційної війни

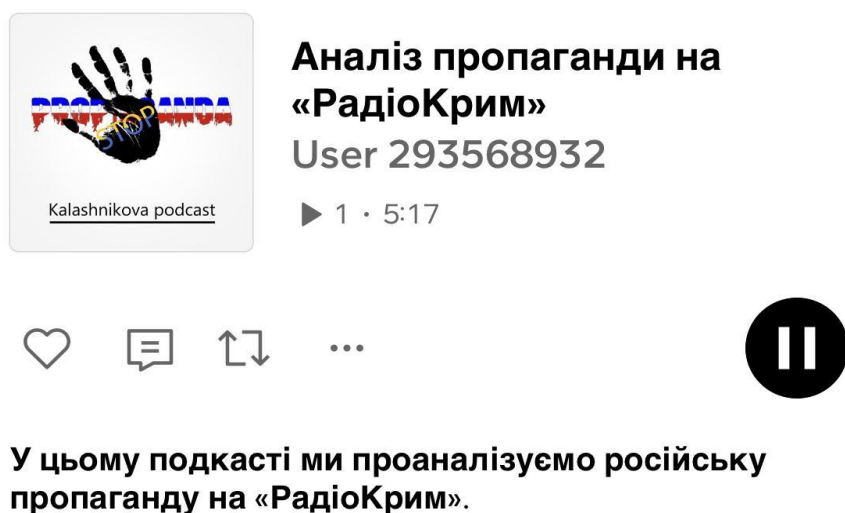


Рисунок А. 2. – Подкаст «Аналіз пропаганди на "РадіоКрим", тема: «На волне победы. Помощь фронту – важная часть победы»

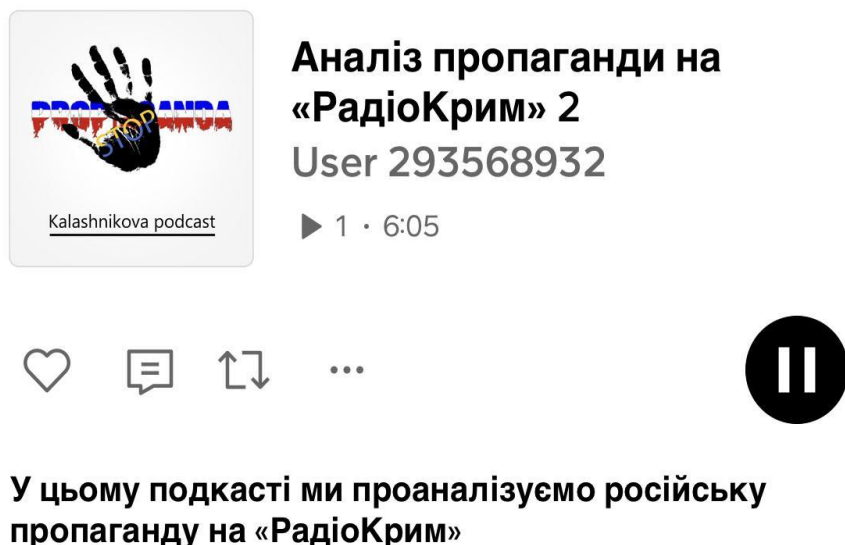


Рисунок А. 3. – Подкаст «Аналіз пропаганди на "РадіоКрим", тема: «Медали «Отец солдата» – важное общественное признание»

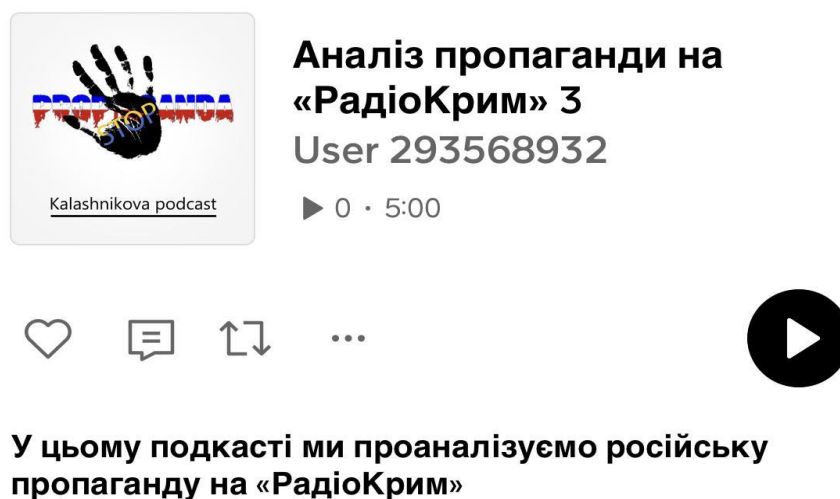


Рисунок А. 4. – Подкаст «Аналіз пропаганди на "РадіоКрим", тема: «На волне победы. СВО – испытание на прочность»

Чим зайнятися, коли вимкнули світло

[OBJ]



Зараз ми знаходимося в рівних умовах, віялові відключення світла торкнулися практично кожного українця, звичайно є і щасливчики яких відключення пройшло, але це мала частина.

Думаю кожен задавався хоч раз

Рисунок А. 5. – Початок публікації на тему: «Чим зайнятися, коли вимкнули світло»



Як впоратися з панічними атаками? [ОБ.]

Пошук



Близько 20% людей хоч раз у житті відчували панічний напад. Раптове почуття страху з'являється дуже випадково, ти можеш сидіти на роботі, як різко моторошний страх, холодна пітливість, запаморочення і навіть можлива нудота. Але що робити людині, яка хоч раз стикалася з такою проблемою?

По-перше, ходьба чи біг. Потрібно більше бувати на свіжому повітрі. Знаєте що таке кортизол? Це гормон стресу, при бігу відбувається вивільнення ендорфінів та зниження кортизолу, через це ПА може зустрічатися набагато рідше.

По-друге, не забувайте дихати. Є багато вправ на дихання в інтернеті, це буде корисно не тільки людям, які страждають на ПА, але й звичайній людині, яка опинилась у тривожній чи стресовій ситуації.

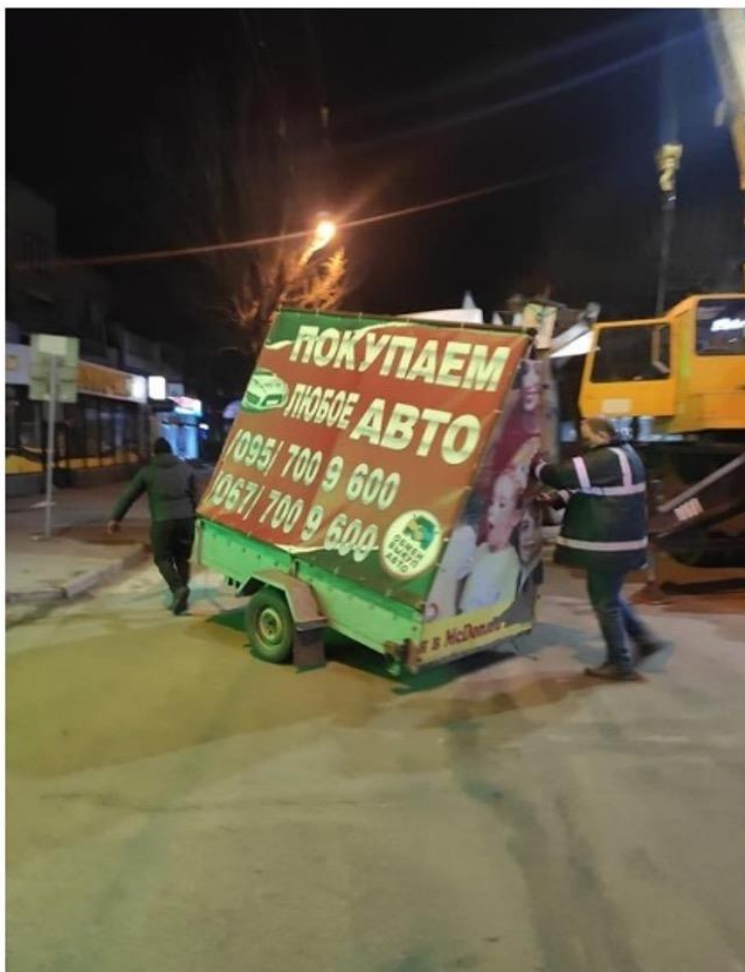
Нагадування: сконцентруйтеся на диханні, без різких вдихів та видихів.

По-третє, почніть медитувати. На Ютубі багато відео з релаксаціями, сядьте у зручну позу, і почніть шукати спокій у собі.

Рисунок А. 6. – Початок публікації на тему: «Як впоратися з панічними атаками?»

В Запоріжжє демонтували незаконні рекламні конструкції

16.03.2021



Юлія Калашнікова

Сьогодні ніччю, 16 марта, інспекція по благоустрою Запоріжжє з патрульною поліцією провела рейд по виявленню незаконного розміщення на вулицях реклами.

В итоге рейда было демонтировано 10 рекламных конструкций в 4 районах города. Для демонтажа рекламных конструкций, установленных без соответствующих документов, была задействована крупногабаритная техника. Поэтому было принято решение проводить

Новини

16:55 Кількість ВПО у світі зросла до рекордних 110 мільйонів

16:12 Бійці Збройних сил України одеситів стримували штурм в Бахмуті протягом 12 годин

15:24 Гендиректор МАГАТЕ таки приїхав на Запорізьку АЕС

13:57 У Запорізькій області на лінії зіткнення лишаються 30 дітей, поблизу фронту - 1300

13:20 Влада закликала українців не збирати сміття з моря

12:43 КМДС: Дві третини українців підтримують пошуку заборону московського патріархату

11:26 В Кам'янці Запорізької області загарбники закрили медзаклад, працівники якого відмовилися від паспортів РФ

10:37 Росіяни нагаювали на підпри-ЗАЕС, щоб злякати українців

10:04 Між тим про головне

14 ЧЕРВНЯ, 2023

16:52 У Запоріжжі через обміління Дніпра показались мости, які пробули під водою 70 років

15:45 Голова МАГАТЕ відклав візит на ЗАЕС із міркувань безпеки

14:39 У МВС спростували інформацію про зупинку друку закордонних паспортів

14:01 Аварія на ЗАЕС торкнеться 40 країн світу та 1 мільярд людей, — Григорій Плачков

12:58 Авторка роману «Істи, молитися, кохати» скасувала вихід книги про події у Росії

12:18 Безробітних запоріжців будуть залучати до суспільно-корисних робіт

10:32 Водойми міліють, проте мору риби немає, — екоінспекція про ситуацію на Запоріжжі

09:36 Окупаційні війська вдарили «Калібрами» по Одесі, є загиблі та поранені, — МВС

13 ЧЕРВНЯ, 2023

16:46 «Результати невтішні»: Зеленський прокоментував стан укриттів в Україні

16:00 Робоча зустріч Сергія Штепи з

Рисунок А. 7. – Початок публікації на тему: «В Запоріжжє демонтували незаконні рекламні конструкції»

У Запорізькій області вакцинувалися 3 157 осіб

23.03.2021



В лютому в Запорізькій області стартувала кампанія з вакцинації. Загалом по області щепилися 3 157 осіб, 310 з них – за останню добу.

Серед загальної кількості щеплених – медичні працівники стаціонарів, де лікуються хворі на COVID-19 (1016 особи), працівники інших стаціонарних закладів охорони здоров'я (1065), закладів первинної медичної допомоги (481), відомчих закладів охорони здоров'я (137), екстреної медичної допомоги (155 осіб), публічні діячі (102 осіб), працівники системи громадського здоров'я (80 осіб), працівники соціальної сфери (45 особи) та інші.

ДУ «Запорізький ОЛЦ МОЗ України» повідомляє, що за останню добу в області зареєстровано 340 нових випадків захворювання на COVID-19.

Юлія Калашнікова

Новини

- 16:55 Кількість ВПО у світі зросла до рекордних 110 мільйонів
- 16:12 Війці Збройних сил України вдесятьох стримували штурм в Бахмуті протягом 12 годин
- 15:24 Гендиректор МАГАТЕ таки приїхав на Запорізьку АЕС
- 13:57 У Запорізькій області на лінії зіткнення лишаються 30 дітей, поблизу фронту – 1300
- 13:20 Влада закликала українців не збирати сміття з моря
- 12:43 КМІС: Дві третини українців підтримують повну заборону московського патріархату
- 11:26 В Кам'янці Запорізької області загарбники закрили медзаклад, працівники якого відмовилися від паспортів РФ
- 10:37 Росіяни натякнули на підрив ЗАЕС, щоб залякати українців
- 10:04 Між тим про головне
- 14 ЧЕРВНЯ, 2023**
- 16:52 У Запоріжжі через обміління Дніпра показали мости, які пробули під водою 70 років
- 15:45 Голова МАГАТЕ відклав візит на ЗАЕС із міркувань безпеки
- 14:39 У МЗС спростували інформацію про зупинку друку закордонних паспортів
- 14:01 Аварія на ЗАЕС торкнеться 40 країн світу та 1 мільярд людей, — Григорій Плачков
- 12:58 Авторка роману «Істи, молитися, кохати» скасувала вихід книги

Рисунок А. 8. – Початок публікації на тему: «У Запорізькій області вакцинувалися 3157 осіб»

ДОДАТОК Б

ТВОРЧИЙ ПРОЄКТ (ТЕКСТИ ПОДКАСТІВ)

1) <https://soundcloud.app.goo.gl/kay3AmMevJFM3gtJ6>

Усіх вітаю на нашому подкасті, з вами ведуча, Юлія Калашнікова.

Сьогодні ми проаналізуємо російську пропаганду на кримському радіо. Отже, випуск перший, поїхали! В ефірі 7 червня 2023 року у програмі «У Фокусі» на «РадіоКрим» було обговорено питання того, що Каховську ГЕС було підірвано Україною. У прямій трансляції було обговорено, що «українцями» здійснили теракт власноруч для перегрупування військ. Також у програмі від 6 червня було обговорено тему Каховської ГЕС, насамперед зазначено, що «у результаті удару ВСУ по Каховській ГЕС...», «Слідчий комітет Росії відкрив провадження за фактом теракту проти України». У цьому ключі обговорено питання того, що це загрожує Криму. Також у радіопрограмі було обговорено, що саме влада Росії здійснює евакуацію.

В ефірі від 25 травня 2023 року було обговорено питання важливості військових ігор для виховання патріотизму для дітей. Це демонструє повальну пропаганду війни, «величі Росії».

В ефірі від 16 травня 2023 року обговорювалось питання того, що «українські диверсанти вішають маячки на автомобілі військових та цивільних для здійснення диверсій та стеження».

В ефірі від 9 травня 2023 року ведуча розповідала про те, що до добровольців, які «допомагають» у СВО приєднується велика кількість людей із росії, Америки, Європи та Австралії. Ця новина за своїм змістом є абсурдом, оскільки росія вважає країни Європи та Америки своїми найбільшими ворогами.

У ще одному ефірі від 9 травня 2023 року один з очевидців (достеменно невідомо, чи справді ця людина є очевидцем) розповідав про те, що військові роблять «вклад у захист Росії». У програмі «Лінії» в ефірі від 30 травня 2023 року було обговорено питання про «напад українців ворожими БПЛА на Москву». Також було обговорено, як буде впливати на відносини Росії та Туреччини перемога Ердогана на виборах.

В ефірі від 24 травня 2023 року ведучі обговорили питання важливості впровадження у школах військової підготовки. Було заявлено що це є необхідним кроком і з 1 вересня цього року військова підготовка буде введена в освітню програму усіх шкіл усіх класів.

В ефірі від 22 травня 2023 року було заявлено, що російські війська повністю захопили місто Бахмут і наразі військові вирішують, «дочекатись «контрнаступу» чи продовжити активний наступ».

В ефірі від 10 травня 2023 року було обговорено питання про те, що українська влада «не готова до контрнаступу та навіть не розробила якийсь план». Варто зауважити, що у всіх випадках використання слова контрнаступ, його беруть в лапки та пишуть українською, щоб підвести думку слухача до того, що це щось уявне і неможливе, висміюючи це.

В ефірі від 5 травня 2023 року ведучі сказали про те, що у випадку контрнаступу України, ВСУ може вдарити по Запоріжжю, тобто по Енергодару.

В ефірі 4 травня 2023 року було обговорено питання «посилення теоретичних атак ВСУ», а також те що «ВСУ направили дві БПЛА на резиденцію путіна».

Отже, за результатом аналізу програм можна побачити, що поряд з повсякденними питаннями життя Криму, постійно обговорюються питання війни в маніпулятивному контексті. Постійно звеличується Росія і підкреслюється те, що Україна не зможе протистояти Росії. У той час постійно наголошується на тому, що СВО – це захист Росії, а воювати – почесно. У кожній новині про ситуацію на війні згадується слово «укронацисти».

На цій ноті, ми з вами прощаємося, дякуємо за прослуховування, мирного неба та скорішої нам перемоги. Слава Україні!

2) <https://on.soundcloud.com/3WVsAwVWB8GoWgTL8>

Усіх вітаю на нашому подкасті, з вами ведуча, Юлія Калашнікова.

Сьогодні ми проаналізуємо російську пропаганду на «РадіоКрим». Отже, випуск другий, поїхали! Ми проаналізували програму «У Фокусі» на тему «На волне победы. Помощь фронту – важная часть победы», яка транслювалася в ефірі 9 травня 2023 року.

У студії була присутня засновниця телеграм-каналу «Защитникам V Крыму» Ю. Кірюшкіна. Вона розповідала про “значну кількість громадян з Європи та усього світу, котрі підтримують росіян та їхню так звану «спецоперацію».

Розберемо тезано по порядку цю передачу та пропаганду, яку вона у собі несла.

Перша теза: Ю. Кірюшкіна повідомила, що до телеграм-каналу «Защитникам V Крыму» «приєднуються масово громадяни Європи (Італії, Греції, Німеччини та інших країн), США, Австралії та навіть Перу, які висловлюють підтримку російській армії, та готові допомагати їй і морально, і матеріально». Але, при цьому спікерка каже, що це громадяни або колишні громадяни Росії. Тобто, це не представники інших країн. Таким чином, створюється спочатку наратив про те, що цивілізований світ підтримує повномасштабне вторгнення Росії до України, яка тут же розвінчується інформацією про те, що ніхто, крім росіян, не визнає дії агресора виправданими. Тобто, це пропаганда, заснована на обмані.

Друга теза: «Сьогодні на мітинзі за безсмертний полк вийшли у Швеції, Німеччині, Австрії, США...». Це також неперифіковані дані, адже не вказана ні кількість, ні етнічна чи національна приналежність учасників чи учасниць подібних акцій.

Третя теза: Ю. Кірюшкіна вихваляється своєю кількістю підписників, адже у неї їх 1257. Враховуючи, скільки підписників мають телеграм-канали українських волонтерів, наприклад, канал волонтера С. Притули має більше ніж 158 тисяч підписників, це є недостатнім аргументом для підтвердження авторитетності. Але пропагандистка акцентує увагу слухачів на тому, що на початку березня 2022 року у неї було лише 20 підписників, а тепер вже 1527. Це пропаганда, основана на контрасті.

Четверта теза: «Росія поважає історію, не викривляє її, і шанує пам'ять своїх предків». Це пропаганда, заснована на відкритій брехні. Існує достатньо фактів щодо зміни і викривлення історичних фактів, зокрема, історичних фактів, що стосуються України.

П'ята теза: акцентуючи увагу на проблемах російської армії на фронті, Ю. Кірюшкіна розповідає, як солдати пишуть патріотичні пісні (хоча відеороликів на підтвердження цього не було наведено) та каже, що із харчуванням у бійців проблем немає, хоча є підтвердження протилежного (<https://www.5.ua/regiony/orky-idiat-sobak-bo-komandyry-prodaiut-ikhni-paiky-video-279591.html>).

Шоста теза: «Україна не пам'ятає про подвиг своїх предків, і замість дня перемоги святкує день Європи». Це також пропаганда, заснована на відвертій брехні. Так, Україна відзначає цей день разом із ЄС, як день миру та єдності, адже ми – частина європейської спільноти. Проте українці не забувають і про перемогу у Другій світовій війні, та згадують героїзм своїх пращурів у день пам'яті та примирення 8 травня. Зауважимо, що саме слово «перемога» було сказане неоднократно – це є ефект повтору і маніпулятивного впливу.

Сьома теза: усі українці «фашисти і нацисти». Це пропаганда, заснована на прищепленні ярликів.

Також ми віднайшли і ефект контрпропаганди. А саме, було сказано, що лише прості люди долучаються до підтримки бійців на фронті, а не політики, можновладці та урядовці, які ж самі розв'язали та підтримують війну проти України. На нашу думку це пряма критика політичної верхівки РФ,

Сама ж Ю. Кірюшкіна, ймовірно, має українське коріння, адже розповідаючи про свого діда-фронтовика, вона наголошує на тому, що він родом із Житомирської області. А потім же, на фоні цього, вона говорить, що героїзм та боротьба за свою землю у них (росіян) «написані на генетичному рівні». Отже, видаючи себе та свого пращура за «істинних росіян», вона, суперечить сама собі.

Тож, як бачимо, пропаганда у розглянутій радіопередачі є негативною та засновується на викривленні фактів, обмані, принципу контрасту, повторях та прищеплюванні «ярликів». Проте, незважаючи на це, невмілі російські пропагандисти самі іноді викривають власну брехню у прямому ефірі, а також критикують свою ж владу, створюючи ефект контрпропаганди.

На цій ноті ми прощаємося з вами, дякуємо за прослуховування, мирного неба та скорішої нам перемоги. Слава Україні!

[3\) <https://on.soundcloud.com/b2a2gnyENwGyw3DE8>](https://on.soundcloud.com/b2a2gnyENwGyw3DE8)

Усіх вітаю на нашому подкасті, з вами ведуча, Юлія Калашнікова.

Сьогодні ми проаналізуємо російську пропаганду на «РадіоКрим». Отже, випуск третій, поїхали! Для аналізу ми взяли радіопрограму від 30 травня із ведучою О. Ільницькою «Медали «Отец солдата» – важное общественное признание». Гість студії – голова фонду «Отец солдата» О. Сорокін.

Розберемо основні Тезаи кремлівської пропаганди, що звучали тут.

Теза перш: «Починаючи з 2014 року кримчани активно брали участь у російсько-українській війні». Це пропаганда, заснована на відкритій брехні, адже ми знаємо, що на Донбасі та у Криму діяла лише регулярна російська армія та окремі найманці, але не українці – громадяни тимчасово окупованого Криму.

Теза другий: «Фашизм треба перемогти до кінця». Це пропаганда, заснована на брехні. Також на створенні загрози, адже для росіян дійсно створюють уявну загрозу українського фашизму, яку вони начебто мають викоринити, і проти якої вони зараз воюють.

Теза третій: Постійний повтор словосполучення «руській мір».

Теза четвертий: «Українці – нацисти і фашисти». А це, як відомо, пропаганда, основана на прищепленні ярликів.

Теза четвертий: «Потрібно прищеплювати молоді жагу до війни». Це, на нашу думку, пряма маніпуляція свідомістю юних кримчан.

Отже, так само, як і в попередній програмі, тут звучить пропаганда, заснована на брехні, залякуванні, повторах і прищеплюванні ярликів українцям.

Третя радіограма для аналізу від 9 травня 2023 року на тему: «На волне победы. СВО – испытание на прочность». Гість програми: учасник так званої «спецоперації» з позивним «Лисом». Тезано назвемо основні моменти кремлівської пропаганди, які тут прозвучали.

Теза перший: «Якщо я не піду на війну – прийдуть до мене». Це пропаганда, заснована на ефекті створення уявної загрози. Адже це Росія напала на Україну, а не навпаки, і ми звільняємо свою територію, проте кремлівські ЗМІ переконують наших громадян, що проживають на окупованих територіях у тому, що вони мають їх захищати.

Теза друга: «Ця війна – це те саме, що і Друга світова». Тут можемо спостерігати відкриту брехню, адже у цій війні Росія воює проти України, а у Другій світовій весь світ об'єднався у боротьбі з гітлерівським фашизмом. Також українцям з боку наразі прищеплюються ярлики фашистів та нацистів.

Теза третя: «Російські солдати – герої, котрі добровольцями пішли на фронт». Це пропаганда, основана на брехні та задля заклику громадян Криму брати участь у війні.

Отже, можемо зробити висновки, що в усіх розглянутих передачах кремлівська пропаганда є негативною, засновується на суцільній брехні, обмані, принципу контрасту, фальсифікованих історіях, повторах та прищеплюванні «ярликів». Проте, незважаючи на це, російські пропагандисти самі іноді викривають власну брехню у прямому ефірі, а також критикують свою ж владу, створюючи ефект контрпропаганди.

На цій ноті, ми прощаємося з вами, дякуємо за прослуховування, мирного неба та скорішої нам перемоги. Слава Україні!

ДОДАТОК В

СПИСОК МАТЕРІАЛІВ ПОРТФОЛІО

Інтернет-матеріали:

1. В Запоріжжє демонтували незаконні рекламні конструкції. Gorozhanin. info. 16.03.2021. URL: <https://gorozhanin.info/v-zaporozhe-demontirovali-nezakonnje-reklamnye-konstrukzii>.
2. У Запорізькій області вакцинувалися 3 157 осіб. Gorozhanin. info. 23.03.2021. URL: <https://gorozhanin.info/u-zaporizkij-oblasti-vakciznuvalisya-3-157-osib>.
3. Чим зайнятися, коли вимкнули світло. Молодіжне інтернет-радіо «Universe». 06.02.2023. URL: <https://universe.zp.ua/chim-zajnjatisja-koli-vimknuli-svitlo>.
4. Як впоратися із панічними атаками? Молодіжне інтернет-радіо «Universe». 06.02.2023. URL: <https://universe.zp.ua/jak-vporatisja-z-panichnimi-atakami>.

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Калашнікова Юлія Миколаївна, студент (ка) 4 курсу, денної форми навчання, факультету журналістики, спеціальність журналістика, адреса електронної пошти jkjuliakalashnikova@gmail.com, - підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Радіо як інструмент пропаганди під час інформаційної війни» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії; - згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент) _____

Дата _____ Підпис _____ ПІБ(керівник проєкту) _____

ABSTRACT

The bachelor's thesis is devoted to the current topic: «Radio as a tool of propaganda during the information war».

The object of the research is the radio programs of the Russian radio, which are broadcast to the temporarily occupied territories of Ukraine, as a channel of propaganda in the context of information warfare.

The subject of the research is modern methods and techniques of propaganda in radio programs of Russian radio.

The purpose of the work is to analyze the cycle of propaganda radio programs using various techniques of radio montage and to determine the main methods and techniques of propaganda used by the Russian media in radio broadcasting. To achieve the goal of the research, we performed the following tasks:

- 1) consider radio as a special type of mass media;
- 2) explore the concept of propaganda as a tool of information and psychological warfare;
- 3) find out the role of radio channels in conducting information wars;
- 4) analyze Russian propaganda on Radio Crimea;
- 5) to determine the main methods and techniques of propaganda in Russian media programs.

Within the scope of this work, we highlighted the main characteristics of radio as a special type of mass media, analyzed the concept of «propaganda» as the main tool for conducting information wars, and also determined the role of radio channels in conducting information wars. In addition, we created a creative project in which we analyze Kremlin propaganda on Radio Crimea.

Key words: radio, propaganda, information war, mass media, propaganda radio programs.