

**Світлана Петренко,**  
доктор філософії з журналістики,  
доцент кафедри журналістики та нових медіа  
Факультету журналістики  
Київського університету  
імені Бориса Грінченка

**Svitlana Petrenko,**  
PhD (Journalism),  
Associate Professor of the Department  
of Journalism and New Media,  
Faculty of Journalism,  
Borys Grinchenko Kyiv University  
ORCID iD 0000-0001-9596-5531  
Email: s.petrenko@kubg.edu.ua

*На прохання авторів і з міркувань особистої безпеки після публікації було змінено склад авторів цієї статті. Актуальним автором публікації є Світлана Петренко*

*At the request of the authors and due to personal safety concerns, the authorship of this article was amended following its publication. The current author of this article is Svitlana Petrenko.*

УДК 07(477+470):32.019.57(430»»1935/1345»

DOI <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.1511>

## МОНІТОРИНГ ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ МЕТОДІВ ТРЕТЬОГО РЕЙХУ В ІНФОПРОСТОРИ УКРАЇНИ ТА РОСІЇ



## MONITORING THE PROPAGANDA METHODS OF THE THIRD REICH IN THE INFO SPACE OF UKRAINE AND RUSSIA

**АНОТАЦІЯ.** У статті наведені основні пропагандистські методи Третього Рейху, які набули актуальності під час російсько-української війни. Актуальність статті обумовлена загостренням інформаційного протистояння, що відбувається в українському та російському медіапросторах на тлі повномасштабного вторгнення РФ в Україну. Аби мати переваги у цій війні, необхідно ретельно вивчити методи інформаційної агресії ворога. Також це має важливе значення для розв'язання проблеми деокупації свідомості мешканців ОРДЛО, які перебувають під масованим інформаційно-пропагандистським впливом росії. Предметом дослідження є пропагандистські методи Третього Рейху та їх застосування в умовах російсько-української війни.

Ця тема частково висвітлювалася українськими та іноземними дослідниками. Праці Г. Почепцова, Д. Уелча, Я. Кершоу дали змогу виділити основні механізми ведення інформаційної війни, які властиві Україні та Росії та стали основним джерелом для виокремлення характерних рис нацистської пропаганди.

Мета – виявлення небезпечних інформаційно-пропагандистських тенденцій в інформаційному просторі України та Росії. Задля цього виконано низку наукових завдань із використанням методів аналізу, в тому числі порівняльного, синтезу, узагальнення та моніторингу. Досліджено теоретичні джерела, що розкривають методологію пропаганди Третього Рейху, її характеристики й особливості. Здійснено моніторинг методів пропаганди в інформаційному середовищі України та Росії в умовах війни та порівняльний аналіз їх із пропагандистськими методами Третього Рейху.

У результаті аналізу праць українських і зарубіжних дослідників проаналізовано основні механізми ведення інформаційної війни, властиві Україні та росії та виокремлено характерні риси нацистської пропаганди та її методів. Звернуто увагу на важливість мистецтва та культури у просуванні пропагандистських наративів. На підставі теоретичних джерел та емпіричних досліджень розглянуто культ особистості як метод пропаганди. У результаті моніторингу українських та російських ЗМК виявлено інформаційно-пропагандистські тенденції в інфопросторах України та Росії, які описані в цій статті.

З дослідження випливає, що РФ користується тими самими механізмами та інтерпретаціями, продукує ті самі сенси, що й нацисти. Українські ЗМК, навіть якщо вдаються до пропагандистського інструментарію Третього Рейху, продукують за допомогою них протилежні нарративи. Дослідження підтверджує, що російський інформаційний простір є шкідливими для свідомості, інтелекту та морально-ціннісних орієнтирів реципієнтів.

**Ключові слова:** пропаганда; методи пропаганди; інформаційна війна; інформаційний вплив; ОРДЛО.

**ABSTRACT.** The article presents the main propaganda methods of the Third Reich, which became relevant during the Russian-Ukrainian war. The relevance of the article is due to the aggravation of the information confrontation that is taking place in the Ukrainian and Russian media spaces against the background of the full-scale invasion of the Russian Federation into Ukraine. In order to have advantages in this war, it is necessary to carefully study the enemy's methods of information aggression. It is also important for solving the problem of de-occupation of the consciousness of the residents of ORDLO, who are under the massive informational and propaganda influence of Russia. The subject of the research is the propaganda methods of the Third Reich and their application in the conditions of the Russian-Ukrainian war.

Ukrainian and foreign researchers partially covered this topic. The works of H. Pocheptsov, D. Welch, and J. Kershaw made it possible to identify the main mechanisms of conducting information warfare, which is characteristic of Ukraine and Russia, and became the main source for identifying the characteristic features of Nazi propaganda.

The goal is to identify dangerous information and propaganda trends in the information space of Ukraine and Russia. For this purpose, a number of scientific tasks were performed using methods of analysis, including comparative, synthesis, generalization, and monitoring. The theoretical sources revealing the propaganda methodology of the Third Reich, its characteristics, and its peculiarities have been studied. Monitoring of propaganda methods in the information environment of Ukraine and Russia during the war and a comparative analysis of them with the propaganda methods of the Third Reich was carried out.

As a result of the analysis of the works of Ukrainian and foreign researchers, the main mechanisms of conducting information warfare peculiar to Ukraine and Russia were analyzed, and the characteristic features of Nazi propaganda and its methods were singled out. Attention was drawn to the importance of art and culture in promoting propaganda narratives. On the basis of theoretical sources and empirical studies, the cult of personality as a method of propaganda is considered. As a result of the monitoring of the Ukrainian and Russian mass media, information and propaganda trends in the info space of Ukraine and Russia were revealed, which are described in this article.

The research shows that the Russian Federation uses the same mechanisms and interpretations and produces the same meanings as the Nazis. Ukrainian mass media, even if they resort to the propaganda tools of the Third Reich, use them to produce opposite narratives. The study confirms that the Russian information space is harmful to the consciousness, intelligence, and moral values of the recipients.

**Keywords:** propaganda; propaganda methods; information warfare; information influence; ORDLO.

© Петренко Світлана, 2023

**Вступ.** З початком повномасштабного вторгнення в інформаційному просторі України та росії актуалізувалися такі історичні ярлики, як «нацист» і «фашист». Обидві країни-учасниці війни звинувачують опонентку в використанні інформаційних засобів впливу, які були властиві пропаганді Третього Рейху. Однак ґрунтовного порівняльного аналізу методології пропаганди Третього Рейху з інформаційними тенденціями сучасних України та росії досі не було проведено. Такий аналіз дасть змогу зрозуміти, інформаційний простір якої країни є шкідливим і небезпечним для потенційного реципієнта. Актуальність дослідження обумовлена інформаційною війною, що відбувається між Україною та росією на тлі повномасштабного вторгнення РФ. Аби мати переваги у цій війні,

ми маємо ретельно вивчити методи інформаційної агресії ворога. Це має важливе значення, зважаючи на те, що громадяни нашої країни, які мешкають на території ОРДЛО, 9 років перебувають під масованим інформаційним впливом росії, тож деокупація їхньої свідомості – першочергова задача після деокупації територій.

Основним дослідником, на праці якого ми спиралися, є український науковець у галузі масової комунікації Георгій Почепцов. Праця Почепцова «Смисли і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах» [8] дала змогу виділити основні механізми ведення інформаційної війни, які властиві Україні та Росії. Стаття Почепцова «Феномен нацистської пропаганди» [9] стала основним джерелом, яке дало змогу виокремити характерні риси нацистської пропаганди. Праця

«Propaganda and the German Cinema» британського історика пропаганди Девіда Уелча [14] надала нам інформацію про важливість мистецтва та культури у просуванні пропагандистських наративів. Книга «The «Hitler Myth»: Image and Reality in the Third Reich» історика Яна Кершоу [13] стала основою для розгляду культу особистості як методу пропаганди.

**Мета та завдання дослідження.** Дослідження здійснене з метою виявлення небезпечних інформаційно-пропагандистських тенденцій в інформаційному просторі України та росії. Задля цього поставлені такі наукові завдання:

- дослідити теоретичні джерела на тему методології пропаганди Третього Рейху;
- здійснити моніторинг виявлених методів в інформаційному середовищі сучасних України та росії;
- виконати порівняльний аналіз ступенів впровадження виявлених методів пропаганди в інформаційному середовищі сучасних України та росії.

**Методи дослідження.** Під час дослідження нами були застосовані загальнонаукові теоретичні та емпіричні методи, такі як аналіз (в тому числі порівняльний), синтез, узагальнення та моніторинг. За допомогою аналізу ми дослідили першоджерела, дотичні до обраної теми. Завдяки синтезу виокремили характерні риси нацистської пропаганди й її методів та ретранслявали їх на предмет дослідження, виділили основні механізми ведення інформаційної війни, властиві Україні та росії. Моніторинг українських та російських ЗМК дозволив виявити описані нами інформаційні тенденції в реальному медіапросторі.

**Результати й обговорення.** Задля релевантності порівняльного аналізу пропаганди Третього Рейху з інформаційними тенденціями України та росії, передусім ми визначили ключові характеристики нацистської пропаганди. Спираючись на працю Г. Почепцова «Феномен нацистської пропаганди» [9], ми виокремили такі характерні риси нацистської пропаганди:

- використання всіх можливих технологій задля просування ідеї;
- використання політичної промови як засобу зараження та сугестії;
- використання мистецтва задля просування пропагандистських наративів;

- використання наукових фальсифікацій задля підтвердження пропагандистських наративів;
- використання мови ворожнечі та знелюднення ворога;
- створення культу особистості як засобу антропоморфної асоціації з пропагандистськими ідеями;
- виправдання воєнних злочинів та територіальних претензій;
- фізичне придушення спротиву пропаганді.

Кожну з характерних рис ми ретранслявали на інформаційні тенденції України та росії, визначаючи спільне та відмінне між пропагандою Третього Рейху та цими країнами, та отримали такі результати.

### **1. Використання всіх можливих технологій задля просування ідеї**

**Україна.** Задля здійснення масової комунікації в Україні використовується весь спектр мультимедіа. Телебачення та радіостанції мовлять цілодобово, свіжа преса виходить щоденно, інтернет-ресурси оновлюються щохвилини. Окремим феноменом цієї війни стало оперативне інформування за допомогою Telegram-каналів, які наразі має чи не кожне українське медіа. Сукупно сучасні технології дозволяють реципієнтам ставати безпосередніми учасниками створення інформаційних продуктів. Наприклад, українці активно коментують інформаційні повідомлення у соцмережах, висловлюючи контраверсійні думки, створюють громадські ЗМК, розповсюджують інформацію за допомогою особистих соцмереж, надсилають повідомлення з місць подій. Отже, складно говорити про монополію держави на технології інформування населення. Нами не виявлене використання технологій задля дезінформації чи спотворення реальності.

**Росія.** Задля здійснення масової комунікації на території РФ також використовуються всі мультимедійні засоби, які ми згадували. Але, зважаючи на тотальний контроль та обмеженість інформаційного простору, пропаганда стає центральною віссю інформування населення. Тобто знайти альтернативні джерела інформації або висловити альтернативну думку, послуговуючись технологіями, – просто небезпечно.

Для пропагандистського впливу використовується така новітня технологія, як діпфейк.

Підроблені із застосуванням штучного інтелекту відео були записані з цифровими копіями В. Зеленського та О. Арестовича з метою руйнації їхнього авторитету та дезінформування населення. Відео- та фотомонтаж російська пропаганда використовує регулярно: на екранах з'являються фрагменти художніх фільмів, які видають за репортажі з місця події; архівними кадрами війн в інших країнах ілюструють російсько-українську війну; до фото В. Зеленського домальовують кокаїнові «доріжки»; відео монтується фрагментарно, із вирізками та склейками тих моментів, які будуть ілюструвати бажану ситуацію, а не реальну.

Отже, Україна та росія використовують для масової комунікації весь сучасний інструментарій. Однак РФ вдається до фальсифікації фактів за допомогою технологій, чого не зафіксовано в українському інформаційному просторі.

## **2. Використання політичної промови як засобу зараження та сугестії**

*Україна.* Після повномасштабного вторгнення формат публічної комунікації у вигляді промови став незамінним для України. Більшість з таких промов дійсно містять потужні пропагандистські меседжі. Такі, як незламність українського духу, війна за правду та добро, цінність кожного українця, цінність людського життя, боротьба за існування нації, національна ідентичність тощо. Зразком такої промови є новорічне привітання Володимира Зеленського [6]. Це – яскравий приклад використання пропагандистського інструментарію з метою прищеплення загальнонаціональних цінностей.

*Росія.* Російські політики також вдаються до публічної комунікації. Задля ілюстрації варто згадати аналогічну новорічну промову Володимира Путіна [16], яка не містила жодних ціннісних підвалин. Виступи посадовців РФ – це намагання виправдати злочинні дії, відшукати конспірологічні чи псевдоісторичні приводи для агресії. Інструменти пропаганди у таких випадках спрямовані як раз на зміну свідомості: підміну понять та цінностей, формування упереджень і нових асоціацій, які матимуть лояльний відтінок щодо чинної влади й агресивне ставлення до потенційних ворогів.

Отже, ми зафіксували схожість між Україною та Росією у тенденції використовувати публічні

промови як засіб інформаційного впливу. Але різниця полягає у конотації наративів. Українські політики, коли вони кажуть про небезпеку для нації, про підтримку партнерів, про важливість опору українців для міжнародної спільноти, говорять правду. Натомість спікери РФ займаються підміною понять, використовуючи такі ж меседжі, але перекручуючи їх з користю для пропагандистського впливу.

## **3. Використання мистецтва задля просування пропагандистських наративів**

*Україна.* До повномасштабного вторгнення російського агресора в Україну пропагандистсько-патріотичний складник українського мистецтва не був яскраво виражений. Значна частина пісень та фільмів в українському культурному просторі були російськомовними, книжковий ринок був заповнений примірниками російських видавництв, а україномовний YouTube майже не існував. Українські виконавці відвідували РФ із гастролями, більшість з них була «поза політикою». Однак після 24-го лютого ці тенденції змінилися.

У суспільстві зріс запит на україномовний контент, який би продукував близькі для українців цінності та сенси. Тема війни стала наскрізною для українського мистецтва. Більшість пісень, книжок, картин, роликів на YouTube дійсно можна вважати джерелом пропаганди – пропаганди українськості. Такий потужний патріотичний підтекст – природна реакція нації, що бореться за своє виживання. Держава, у свою чергу, заохочує українських митців продукувати авторський контент і закладати у нього загальнонаціональні сенси. Українці, нарешті, позбулися комплексу меншовартості, тому так активно створюють власні культурні продукти. Утилітарна складова також наявна – з ринку пішли російські автори, тому є великий попит на якісно новий продукт. Отже, розквіт української культурної галузі – природний. Його пропагандистсько-патріотичний підтекст – також.

*Росія.* Російські політтехнологи та міфодизайнери розуміють, що поп-культура – чудовий інструмент для просування вигідних державі наративів. Наприклад, сфера кіно. Віталій Гордієнко, автор YouTube-каналу «Загін Кіноманів» [3], зробив розбори «Україна в російських фільмах! Історія промивання мізків народу» [4] та «Укра-

їна в російських фільмах! Після 2014 року» [5]. У цих відео красномовно проілюстровано, як російський кінематограф формував образ недалекого українця-товстуна, який «травить» пласкі анекдоти, виймаючи з-за пазухи сало. Наративи з цих стрічок дозволяли росіянам відчувати свою «вищість» відносно «молодшого брата»-українця, а українцям – «переконуватися» у своїй меншовартості та погоджуватися з цим нав'язаним сприйняттям. Як наслідок, українські книгарні заповнювали книги російських видавництв та авторів, українські музикальні чарти очолювали російські виконавці.

Наразі російське мистецтво покликане згуртувати російське суспільство довкола ідеї мілітаризації, тотальної війни та величчя «обраного народу».

Отже, мистецтво використовується з метою пропагування певних ідей, як в Україні, так і в РФ. Проте ідеї ці різняться. Пропаговані українським мистецтвом ідеї: українська національна ідентичність, незламність патріотичного духу, єдність, трагедія війни, готовність чинити спротив окупантові. Пропаговані російським мистецтвом ідеї: вищість росіян над іншими народами, звеличення нації, реваншизм.

#### **4. Використання наукових фальсифікацій задля підтвердження пропагандистських наративів.**

*Україна.* В Україні загальний рівень знання історії – відверто невисокий. Активна зацікавленість цією наукою почала спостерігатися тільки після повномасштабного вторгнення. Водночас, якщо загального потягу до історії раніше не було, її не можна вважати ефективним інструментом впливу. Однак топоніми із відсилками до СРСР чи РФ, пам'ятники Катерині II та О. Пушкіну, замість українських діячів, говорять про те, що історія України до повномасштабного вторгнення розглядалася здебільшого у контексті СРСР – спільного минулого з Росією. На цьому будували пропаганду проросійські політичні діячі. Але й вони не вдавалися до відвертих історичних маніпуляцій.

Повномасштабне вторгнення спричинило хвилю інтересу до власної історії. Імена та постаті народних героїв та митців стали символами боротьби. Українські політики часто посиляються на історичні події у контексті сьогодення. До історії апелюють, щоб зруйнувати комплекс

меншовартості українців – нація завжди була значущою. Українці утверджуються в думці, що їхня колонізована держава завжди була культурно та інтелектуально вищою за митрополію; завжди зазнавала утисків, але збереглася до сьогодення. Брутальних спроб «переписування» історії або намагань підкріпити свої територіальні амбіції історичними прецедентами нами не виявлено.

*Росія.* У росії паразитування на історичних темах стало однією з візитівок пропаганди. В ОРДЛО історичну пам'ять фактично знищили. Адже історію Донбасу можна розглядати тільки у контексті історії України. Однак дітям на окупованих територіях «Историю родного края» починають розповідати від Жовтневої революції і тільки у контексті СРСР-Росії.

Перемога у Другій світовій війні, за інтерпретацією російської пропаганди, – цілковитий здобуток «русского солдата». В. Путін доклався до створення статті «Про історичну єдність росіян та українців» зі знайомим наративом про один слов'янський народ, спільне минуле та скромну роль «молодшого брата» для України [11]. В. Путін також є автором відомого вислову про те, що Україну вигадав Ленін. Згодом він додав, що України не існує. А, наприклад, рішення Хрущова передати Крим Україні російська пропаганда називає «історичною помилкою». Аргументацією для російських претензій щодо територій інших сучасних держав зазвичай виступають відсилки до мап Російської імперії та СРСР.

Отже, Україна та Росія використовують історичні факти та постаті задля утвердження певних ідей та формування настроїв у суспільстві. Українські спікери вдаються до історичного дискурсу задля спростування комплексу меншовартості, відродження національної ідентичності та підтримки руху опору. Натомість Росія брутально фальсифікує історичні факти, користується ними вибірково та відірвано від контексту, аби виправдати свої імперські претензії й обґрунтувати перевагу росіян над іншими народами.

#### **5. Використання мови ворожнечі та знелюднення ворога**

Цей метод пропаганди властивий як Україні, так і Росії. Використання емоційно забарвленої

лексики, слів-ярликів («свинособаки», «рашисти», «укропи», «нацики»), заклики до фізичного знищення ворога – жорстокі реалії війни. Така лексика характерна під час збройного конфлікту та покликана розширити межі людського сприйняття, аби психологічно підготувати суспільство до участі у воєнних діях. Подібні методи якраз покликані знелюднити опонента, щоб виключити можливість емпатії до нього.

За цією характеристикою Україна та РФ мають подібні показники. Хоча Росія у цьому контексті використовує більш неадекватні та людожерські заклики, все ж факт є фактом – до мови ворожнечі вдаються обидві сторони.

#### **6. Створення культу особистості як засіб антропоморфної асоціації з пропагандистськими ідеями**

*Україна.* До початку повномасштабного вторгнення Президент України Володимир Зеленський мав серйозні репутаційні проблеми. Про це свідчать соціологічні опитування. Президенту закидали незаконне збагачення, зазіхання на свободу слова, недосвідченість команди, просування на високі посади друзів, зв'язки з олігархами. Недостатній рівень українськості, минуле у ролі актора, відсутність політичного досвіду – все грало не на користь В. Зеленського. Опозиція користувалася хитким становищем чинного Президента у суспільстві.

З початком повномасштабного вторгнення імідж Президента змінився докорінно. Потужна духовна та ціннісна риторика, принциповість, спокій, відстоювання українських територій та інтересів – нові ознаки В. Зеленського після 24 лютого. І рівень довіри серед суспільства пропорційно зріс. Однак говорити про культ особистості у таких обставинах недоречно. Медіа стали трохи менше критикувати В. Зеленського, але не його оточення. До критики і Президента, і його команди вдаються не тільки офіційні ЗМК, а й користувачі соціальних мереж, блогери, лідери думок. Опозиція не змінила своїх поглядів, хоча й втратила частину електорату.

Українській ментальності не властивий потяг до «царя». Пієтет мешканців ОРДЛО щодо Віктора Януковича у цьому випадку – згубний наслідок територіальної близькості з РФ.

Проте культ особистості В. Путіна, сформований у Росії, неможливо заперечити. Йому

притаманні всі соціальні ролі: і спортсмен, й інтелектуал, і борець за «традиційні цінності», і «захисник» російськомовних. Таким чином кожна з «ролей» В. Путіна розрахована на конкретний прошарок електорату, прихильність якого потрібно завоювати. У разі відсутності сентиментів до В. Путіна, режим РФ діє відповідно до тоталітарних постулатів: опозицію виживають за межі країни, вбивають, саджають за ґрати. Критика Президента Росії у публічному просторі неможлива – спроби карають законом. Приклад цьому – стаття «За дискредитацію ВС РФ». І росіяни, і мешканці ОРДЛО обоюдно вважали В. Путіна і вважають його єдиним, хто може ефективно ними керувати.

Отже, такий пропагандистський прийом, як «культ особистості», яким активно послуговувалися нацисти, є притаманним інформаційному простору Росії та сприймається масифікованою свідомістю її громадян як цілком природній. Водночас цей прийом не знайшов реалізації в інфопросторі України, в якому суспільство в переважно не підтримує авторитаризму та тоталітаризму й спрямоване на демократизацію та вільне вираження поглядів і думок.

#### **7. Виправдання воєнних злочинів та територіальних претензій**

*Україна.* В українських ЗМК ніколи не лунали заклики окупувати частини інших країн через наявність певного відсотка етнічних українців, які там проживають. Україна претендувала та претендує лише на свої території, закріплені Конституцією та визнані міжнародним правом. Та навіть й про ці претензії рішуче почали говорити тільки після 24 лютого 2023 року. До того про повернення окупованих Криму та Донбасу говорили, як про щось гіпотетичне. Не зафіксовано жодного реального злочину, який би Україна скоїла проти Росії. «Геноцид» на Донбасі, який РФ вважає своєю територією, – трагедія, яку спричинила Росія й яку вона тепер інтерпретує на свою користь. Жодних підтверджень ані факту реального геноциду з боку України, ані наміру його скоїти, РФ надати не може. Усі цивільні, які загинули під час війни на Донбасі, загинули внаслідок бойових дій у міській місцевості, а не цілеспрямованої атаки на мирне населення. Незважаючи на факти, мешканці ОРДЛО щиро пере-

конані, що стали об'єктом утисків та цькування через російськомовність та симпатію до «руського міра», повторюючи пропагандистські меседжі російських маніпуляторів свідомістю.

*Росія.* Хрестоматійні «утиски російськомовних» стали пропагандистським приводом для окупації територій Молдови, Грузії, Чечні, України. Під виглядом альтруїстичних намагань «захистити» мирне населення РФ реалізує свою експансійну політику.

Росія систематично, впродовж історичних відносин українського та російського народів, коїла злочини проти українців. Але для того, щоб взяти на себе відповідальність і визнати, що ціллю РФ є фізичне знищення української нації, російським спікерам не вистачає сміливості. Тому наших полонених примушують записувати принизливі звернення у російському полоні, «засвідчуючи» свою лояльність до РФ. Пропагандисти банально перекладають відповідальність на ВСУ за розбомблений Маріуполь та Харків, понівечену Бучу, Ірпінь, Гостомель, Ізюм, Херсон, за закатованих, згвалтованих, понівечених.

Отже, в інформаційному просторі України нами не знайдено закликів до розширення території країни чи виправдання воєнних злочинів. Натомість РФ дозволяє собі експансійні меседжі як постійну пропагандистську практику та цинічно заперечує свою участь у воєнних злочинах.

#### **8. Фізичне придушення спротиву пропаганді**

*Україна.* Український інформаційний простір наповнений спікерами найрізноманітнішого штибу. Прямих санкцій в Україні зазнають лише, ті, хто розповсюджує толерантний до окупанта контент, веде відверту пропаганду російських наративів або передає стратегічно важливу інформацію ворогу. Відповідність публічних висловлювань порядку денному державної пропаганди не регулюється. Суспільство, яке формувалося у парадигмі свободи слова, не уявляє, як це – отримати покарання за власну думку. Майданчик для висловлювання в Україні мають і критики В. Зеленського, і російські ліберали. Жодних переслідувань через свою позицію з боку влади вони не зазнають.

*Росія.* Покарання, які керівництво РФ спрямовує на «інакодумців», не є новиною. Опо-

зиціонер О. Навальний – за ґратами, Б. Немцов – убитий. Артисти, які не підтримують вторгнення в Україну, позбавлені можливості працювати. Адміністративні та/або кримінальні покарання спіткали тих росіян, які підняли над головою пластикову картку «МИР» у громадському місці, які вийшли на мітинг із білим аркушем, які роздавали людям примірники роману Орвелла «1984».

У просторі російських ЗМІ альтернативний погляд неможливий, і навіть коментатори висловлюють свої думки неохоче. Опозиція – абсолютна глевка сила, представники якої або сидять за ґратами, або втекли в інші країни, або ж ідуть на компроміси, «опозиційно» співіснуючи в інформаційному просторі тоталітарної держави. До того ж, нерідко опозиціонерами стають ставленики Кремля, які мають «розбавляти» однорідний політичний істеблішмент РФ.

На території ОРДЛО людина з проукраїнськими поглядами навіть не потрапляє до суду – її можуть просто закатувати.

Отже, в Україні державою регулюється лише ті порушення інформаційного порядку денного, які несуть реальну загрозу та завдають шкоди державній безпеці. Контраверсійні публічні висловлювання зазнають тільки соціальних санкцій – українське суспільство засуджує певних спікерів, відмовляється від споживання їхніх медіапродуктів тощо. Натомість у РФ практика фізичного придушення інформаційного спротиву впроваджена безпосередньо державою та діє безумовно та на упередження. Санкції коливаються від «публічних страт» на ТБ за невідтримку пропагандистських ідей – до реальних тюремних термінів.

**Висновки та перспективи.** Нами були виявлені основні характеристики пропагандистських методів Третього Рейху в інформаційних реаліях сучасних України та Росії. З дослідження випливає, що РФ користується тими самими механізмами й інтерпретаціями, продукує ті самі сенси, що й нацисти, як-от: реваншизм, першість нації, великодержавний шовінізм, територіальні претензії. Українські ЗМІ, якщо навіть вдаються до інструментів пропаганди Третього Рейху, продукують за допомогою них інші наративи, як-от: незламність духу, опір

ворогові, єднання народу, протистояння злу, боротьба за правду. Це підтверджує, що демократична країна навіть в умовах війни не може вдаватися до тих методів масової комунікації, які є прийнятними для тоталітарної держави. Відповідно громадянським суспільством, побудованим на справжніх, загальнолюдських, а не тоталітарних, цінностях набагато складніше маніпулювати, ніж масою. Проте все ж є значна частка мешканців України, які потерпають від шкідливого впливу російської пропаганди. Це, передусім, мешканці окупованих територій. Подібні інформаційні тенденції чинять руйнівний вплив не лише на їхні інтелектуальні здібності, а й на моральні та ціннісні орієнтири, як це відбувалося в Третью Рейсі.

Перспектива нашого дослідження полягає у подальшій розробці детальної картини російської пропаганди та виявленні впливів, які вона чинить на реципієнтів. Беручи за основу історичний досвід пропаганди Третього Рейху, ми зможемо спрогнозувати, до яких інформаційних атак вдаватиметься ворог і які наслідки у свідомості громадян України це може спричинити. Знання про ризики дозволить розробити чітку й якісну інформаційну політику, що стане ефективним запобіжником шкідливим інформаційним впливам та/або сприятиме виправленню їхніх наслідків на деокупованих територіях і в інших регіонах України.

### Список використаної літератури

1. Нацистська пропаганда. Енциклопедія Голокосту: веб-сайт. URL: <https://encyclopedia.ushmm.org/content/uk/article/nazi-propaganda> (дата звернення 01.05.2023).
2. Жадько В. О. Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки: навч. посіб. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. 356 с.
3. Загін Кіноманів. YouTube. URL: [https://www.youtube.com/@zagin\\_kinomaniv](https://www.youtube.com/@zagin_kinomaniv) (дата звернення: 01.05.2023).
4. Загін Кіноманів. Україна в російських фільмах! Історія промивання мізків народу. YouTube. URL: <https://youtu.be/evkr6wG3BY0> (дата звернення: 01.05.2023).
5. Загін Кіноманів. Україна в російських фільмах! Після 2014 року. YouTube. URL: [https://youtu.be/bE\\_i2IJa9Bc](https://youtu.be/bE_i2IJa9Bc) (дата звернення: 01.05.2023).
6. Новорічне привітання Президента України Володимира Зеленського. Офіційне інтернет-представництво Президента України: веб-сайт. URL: <https://www.president.gov.ua/news/novorichne-privitannya-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-80197> (дата звернення: 01.05.2023).

7. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.
8. Почепцов Г. Г. Сенси і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2016. 312 с.
9. Почепцов Г. Г. Феномен нацистської пропаганди. Незалежний культурологічний часопис «І». URL: [http://www.ji-magazine.lviv.ua/2015/Pochepcov\\_Fenomen\\_nacistskoj\\_propagandy.htm](http://www.ji-magazine.lviv.ua/2015/Pochepcov_Fenomen_nacistskoj_propagandy.htm) (дата звернення 01.05.2023).
10. Прасюк О. В., Пастух Ю. О. Кіно як засіб політичної пропаганди в нацистській Німеччині: комунікативний та семіотичний аспекти. Global world : науковий альманах. № 2 (II), 2016. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/6267/1/5.pdf> (дата звернення 01.05.2023).
11. Путін В.В. Про історичну єдність росіян та українців. Офіційні мережеві ресурси Президента Росії: веб-сайт. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/66182> (дата звернення 01.05.2023).
12. Kershaw I. Hitler: A Profile in Power. Abingdon: Routledge; 2nd edition, 2000. 240 p.
13. Kershaw I. The «Hitler Myth»: Image and Reality in the Third Reich. Internet Archive: website. URL: [https://archive.org/details/hitlermythimager000kers\\_z6j3](https://archive.org/details/hitlermythimager000kers_z6j3) (дата звернення: 01.05.2023).
14. Welch D. Propaganda and the German Cinema. London: I.B. Tauris; Rev ed. edition, 2001. 288 p.
15. Welch D. The Third Reich: Politics and Propaganda. Abingdon: Routledge; 2nd edition, 2002. 264 p.
16. Новогоднее обращение к гражданам России. Официальные сетевые ресурсы Президента России: веб-сайт. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/70315> (дата звернення: 01.05.2023).

### References

1. Nacystsjska propaghanda (2019) [Nazi propaganda]. Encyclopedia of the Holocaust. Aviable at: <https://encyclopedia.ushmm.org/content/uk/article/nazi-propaganda> (accessed: 01.05.2023).
2. Zhadjko, V. O. (2018). Ghibrydna vijna i zhurnalistyka. Problemy informacijnoji bezpeky: navch. posib [Hybrid war and journalism. Problems of information security: a study guide]. Kyiv: Vydnyctvo NPU imeni M. P. Draghomanova.
3. Zahin Kinomaniv [Squad of Filmmakers]. YouTube. Aviable at: [https://www.youtube.com/@zagin\\_kinomaniv](https://www.youtube.com/@zagin_kinomaniv) (accessed: 01.05.2023).
4. Zahin Kinomaniv. (2022.03.30). Ukrajina v rosijjskykh fil'makh! Istorija promyvannja mizkiv narodu [Ukraine in Russian films! The history of brainwashing the people]. [Video]. YouTube. Aviable at: <https://youtu.be/evkr6wG3BY0> (accessed: 01.05.2023).
5. Zahin Kinomaniv. (2022.05.13). Ukrajina v rosijjskykh fil'makh! Pislja 2014 roku [Ukraine in Russian films! After 2014]. [Video]. YouTube. Aviable at: [https://youtu.be/bE\\_i2IJa9Bc](https://youtu.be/bE_i2IJa9Bc) (accessed: 01.05.2023).

6. Novorichne pryvitannja Prezydenta Ukrainy Volodymyra Zelenskogho (2023) [New Year greetings of the President of Ukraine Volodymyr Zelenskyi]. Official Internet representation of the President of Ukraine. Aviable at: <https://www.president.gov.ua/news/novorichne-privitannya-prezydenta-ukrayini-volodimira-zelens-80197> (accessed: 01.05.2023).
7. Pochepcov, G. G. (2017). Vid pokemoniv do ghibrydnykh vijn: novi komunikatyvni tekhnologhiji [From pokemon to hybrid wars: new communication technologies of the 21st century]. Kyiv: Vydavnychij dim «Kyjevo-Moghyljansjka akademija».
8. Pochepcov, G. G. (2016). Smysly i vijny: Ukrajina i Rosija v informacijnij i smyslovij vijnakh [Meanings and wars: Ukraine and Russia in information and meaning wars]. Kyiv: Vydavnychij dim «Kyjevo-Moghyljansjka akademija».
9. Pochepcov, G. G. Fenomen nacystsjskoji propaghandy [The phenomenon of Nazi propaganda]. Independent cultural journal «Yi». Aviable at: [http://www.ji-magazine.lviv.ua/2015/Pochepcov\\_Fenomen\\_nacistskoj\\_propagandy.htm](http://www.ji-magazine.lviv.ua/2015/Pochepcov_Fenomen_nacistskoj_propagandy.htm) (accessed: 01.05.2023).
10. Praszuk, O. V. & Pastukh, Ju. O. (2016). Kino jak zasib politychnoji propaghandy v nacystsjskij Nimechchyni: komunikatyvnyj ta semiotychnyj aspekty [Cinema as a means of political propaganda in Nazi Germany: communicative and semiotic aspects]. Global world: scientific almanac. Aviable at: <https://eprints.oa.edu.ua/6267/1/5.pdf> (accessed: 01.05.2023).
11. Putin, V. V. (2021). Pro istorychnu jednistj rosijan ta ukrajinciv [About the historical unity of Russians and Ukrainians]. Official network resources of the President of Russia. Aviable at: <http://kremlin.ru/events/president/news/66182> (accessed: 01.05.2023).
12. Kershaw, I. (2000) Hitler: A Profile in Power. Abingdon: Routledge.
13. Kershaw, I. (1987) The «Hitler Myth»: Image and Reality in the Third Reich. Internet Archive. Aviable at: [https://archive.org/details/hitlermythimager0000kers\\_z6j3](https://archive.org/details/hitlermythimager0000kers_z6j3) (accessed: 01.05.2023).
14. Welch, D. (2001). Propaganda and the German Cinema. London: I.B. Tauris.
15. Welch, D. (2002). The Third Reich: Politics and Propaganda. Abingdon: Routledge.
16. Novoghodnee obrashhenye k ghrzhdanam Rossyy (2023) [New Year's address to the citizens of Russia]. Official network resources of the President of Russia. Aviable at: <http://kremlin.ru/events/president/news/70315> (accessed: 01.05.2023).

Надіслано до редакції: 15.05.2023 р.