

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Факультет української й іноземної філології та журналістики**  
**Кафедра англійської філології та світової літератури**  
**імені професора Олега Мішукова**

**ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ НАРАТИВІВ ІДЕОЛОГІЇ І ПРОПАГАНДИ В УМОВАХ  
РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ**

Кваліфікаційна робота (проект)

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконав: здобувач 08-202М групи  
Спеціальності 035. Філологія  
Спеціалізації 035.041 германські мови та  
літератури (переклад включно), перша  
-англійська  
Освітньо-професійної програми «Філологія  
(германські мови та літератури (переклад  
включно))»

Марищук Вікторія Олексіївна

Керівник кандидатка філологічних наук,  
доцентка Хан Олена Георгіївна

Рецензент: Лобода Ю.А., кандидатка  
філологічних наук, доцентка кафедри  
Теорії і практики перекладу з англійської  
мови Навчально-наукового інституту  
філології КНУ імені Тараса Шевченка

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. Теоретико-методологічні засади дослідження пропаганди та ідеології</b> .....	6
1.1. Основні підходи до визначення поняття «пропаганда».....	6
1.2. Базові підходи до розуміння поняття «ідеологія».....	10
1.3. Роль ідеології та пропаганди в російсько-українській війні.....	16
<b>РОЗДІЛ 2. Аналіз наративів ідеології та пропаганди в умовах російсько-української війни</b> .....	22
2.1. Основні інструменти, форми та цілі російської пропаганди та ідеології...	
2.2. Огляд та аналіз основних ідеологічних принципів та стратегій пропаганди.....	27
2.3. Порівняльний аналіз наративів у російських та українських джерелах....	
<b>РОЗДІЛ 3. Особливості перекладу наративів ідеології та пропаганди</b> .....	
3.1. Визначення проблем та викликів у перекладі ідеологічних і пропагандистських наративів.....	
3.2. Використання стратегії адаптації ідеологічних наративів у перекладі.....	
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	
<b>ДОДАТКИ</b> .....	

## ВСТУП

**Актуальність теми.** В умовах сучасної глобалізації та інформаційних технологій переклад наративів ідеології та пропаганди стає надзвичайно актуальним завданням, особливо у контексті конфлікту між Росією та Україною. Російсько-українська війна, що триває з 2014 року, породжує масивну хвилю інформації, яка нерідко несе в собі ідеологічно вибіркового характеру та служить інструментом політичної пропаганди. У цьому контексті аналіз особливостей перекладу наративів стає важливою складовою розуміння ситуації та реакції суспільства. Робота присвячена дослідженню та аналізу особливостей перекладу наративів ідеології та пропаганди у контексті російсько-української війни, зокрема з урахуванням впливу мовних, культурних та політичних чинників на цей процес.

Дослідження специфіки адаптації термінів і виразів є корисним для практикуючих перекладачів, лінгвістів і фахівців з комунікацій, оскільки допомагає їм краще орієнтуватися в складнощях перекладу, пов'язаних з культурними та політичними аспектами.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дослідження є частиною ініціативної науково-дослідної роботи кафедри з теми «Лінгвокогнітивні, лінгвокультурологічні, наратологічні та перекладознавчі аспекти дослідження художніх та нехудожніх типів текстів» (державний реєстраційний номер 0123U103801).

**Об'єкт дослідження** – наративи ідеології та пропаганди.

**Предмет дослідження** – особливості перекладу наративів ідеології та пропаганди.

**Мета дослідження** – виокремити особливості перекладу наративів ідеології та пропаганди в умовах російсько-української війни.

*Завдання дослідження:*

- проаналізувати основні підходи до визначення поняття «пропаганда»;
- визначити основні підходи до визначення поняття «ідеологія»;
- виокремити роль ідеології та пропаганди в російсько-українській війні
- визначити основні інструменти, форми та цілі російської пропаганди та ідеології;
- провести огляд та аналіз основних ідеологічних принципів та стратегій пропаганди;
- провести порівняльний аналіз наративів у російських та українських джерелах;
- визначити проблеми та виклики у перекладі;
- виокремити стратегії та особливості адаптації ідеологічних наративів у перекладі;
- проаналізувати переклад зразків текстів пропаганди та наративів ідеології.

**Методи дослідження:** метод теоретичного аналізу наукових джерел, літератури та існуючих досліджень, що стосуються адаптації термінів і виразів у перекладі, зокрема в контексті політичних та військових наративів, метод практичного аналізу для вивчення конкретних випадків перекладу термінів та виразів у текстах, метод синтезу для того, щоб інтегрувати результати теоретичного та практичного аналізу, щоб створити цілісне уявлення про досліджувану тему.

**Наукова новизна даного дослідження** полягає в комплексному аналізі процесу адаптації термінів і виразів у політичних та військових наративах, що дозволяє виявити не тільки лексичні й семантичні зміни, а й глибші культурні

та соціальні механізми, які впливають на ці процеси. Дослідження сприяє розвитку нових підходів до перекладу і комунікації в умовах глобалізації, акцентуючи увагу на впливі контексту на значення термінів та їх сприйняття в різних культурах.

**Практична значущість даного дослідження** полягає в його можливостях застосування в сфері перекладу, міжнародних комунікацій та навчання мовам. Результати дослідження можуть бути корисними для професійних перекладачів та студентів-перекладачів, оскільки надають нові підходи до адаптації термінології та ідеологічно навантажених виразів, що часто використовуються в політичному та військовому дискурсі.

**Апробація результатів дослідження.** Результати дослідження стали предметом обговорення на студентських наукових конференціях: у III Міжнародній науково-практичній конференції «Лінгвістичні обрії XXI сторіччя» на базі Херсонського державного університету 28-29 листопада 2023 року; у XV Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Іноземні мови у сучасному комунікативному просторі» на базі Херсонського національного технічного університету 4-5 квітня 2024 року; II Міжнародній науково-практичній конференції «Пріоритетні напрями філологічних, лінгводидактичних і соціальнокомунікаційних досліджень» на базі Херсонського державного університету 28-29 листопада 2024 року; висвітлені у публікаціях автора: у XV Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Іноземні мови у сучасному комунікативному просторі» на базі Херсонського національного технічного університету 4-5 квітня 2024 року; у альманасі «Магістерські студії»; у II Міжнародній науково-практичній конференції «Пріоритетні напрями філологічних, лінгводидактичних і соціальнокомунікаційних досліджень» на базі Херсонського державного університету 28-29 листопада 2024 року.

**Публікації.** Марищук В. О. , Хан О. Г. Виклики розповсюдження ідеологічних наративів під час російсько-української війни: зб. наукових праць за

матеріалами Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Херсон, Хмельницький, 4-5 квітня 2024 р. С. 55-58.

Марищук В.О. Адаптація ідеологічних наративів у перекладі: виклики та стратегії подолання : Магістерські студії. Альманах. Вип. 24. 2024. – Херсон – Івано-Франківськ. ХДУ, 2024– с. 47-50.

Марищук В.О. Переклад як зброя: вплив мовних маніпуляцій на формування громадської думки: зб. наукових праць за матеріалами II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Івано-Франківськ, 28-29 листопада 2024 р. – с.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОПАГАНДИ ТА ІДЕОЛОГІЇ

#### 1.1. Основні підходи до визначення поняття «пропаганда»

Термін «пропаганда» походить від назви католицької організації «Конгрегація з поширення віри» (Congregatio de Propaganda Fide), яка була заснована Папою Григорієм XV у XVII столітті.

Пропаганда є характерною складовою соціалізації протягом усіх історичних періодів. Проте загальноприйняте трактування потребує уточнення: процес соціалізації охоплює значно більше, ніж просто пропаганду. Соціалізація, яка може бути як цілеспрямованим, так і стихійним процесом, включає в себе виховання, освіту, вплив родини, навчальних закладів, релігійних установ та різних соціальних спільнот. Пропаганда є складовою соціалізації за умови наявності ідеологічного аспекту, який проявляється у цілеспрямованій діяльності з формування певних поглядів та ставлення до суспільно-політичних цінностей і влади. У контексті пропаганди не навчають, як думати, але вказують, що думати [8].

Пропаганда є інструментом політики та ідеології, а також засобом соціального контролю, який використовується для свідомого поширення у суспільстві конкретних ідей, цінностей, норм і поведінкових моделей.

Згідно з класичною теорією пропаганди, сформульованою Г. Лассвеллом, пропаганда є частиною загальної політики нарівні з дипломатією, економічними заходами та збройними силами. Політолог визначив політичну пропаганду як використання засобів масової комунікацій для підтримки влади. Для сприйняття процесу пропаганди важливо враховувати соціальні інтереси суб'єкта та їх взаємозв'язок з інтересами суспільства і різних соціальних груп.

У контексті лінгвістики дослідники відзначають, що термін «пропаганда» в політичному сенсі з'явився в Америці, хоча місце його походження досі не встановлено. У 1943 році у словнику було додано визначення, що акцентувало на нерелігійному значенні слова: «передусім розповсюдження віри в сучасній політичній мові». Таким чином, до середини ХІХ століття в більшості частин світу слово «пропаганда» закріпилося з негативними конотаціями [1].

Пропаганда є комунікативним актом, основними складовими якого є засоби (канали) пропаганди. Американська школа пропаганди почала розглядати пропаганду не тільки в якості інструмента соціального контролю, а також у ролі технології впливу через інформацію. Протягом різних епох історії людства пропаганда вдосконалювала свої способи впливу, але залишається нез'ясованим питання щодо їхнього повного спектру.

На сьогоднішній день не існує єдиної визначеної концепції цього явища. Відповідно до одного з визначень, «пропаганда» визначається як організована спроба впливати на переконання або ставлення широкої аудиторії, здебільшого використовуючи символічні сигнали. Як зазначала Колтик «Це специфічний вид комунікації, спрямований на засвоєння або відкидання певної інформації з метою впливу на організацію, групу або індивіда» [12]. Деякі трактують цей термін як розповсюдження інформації – від фактів і доводів, до пліток, часткової чи неправдивої інформації – щоб вплинути на громадську свідомість.

Термін «пропаганда» визнане практично в усіх енциклопедичних словниках, що повністю розкривають його сутність. У цих джерелах також зазначається, що, у порівнянні з об'єктивним поданням інформації, пропаганда в першу чергу надає інформацію, що має на меті вплинути на аудиторію. Зазвичай пропаганда представляє інформацію з метою стимулювати певні узагальнення (незважаючи на те, що вони можуть бути не зовсім правдивими або хибними), або ж застосовує емоційні звернення замість логічних відповідей на надану інформацію.

У своїй резолюції «Заходи, які необхідно вжити проти сприяння та розпалювання війни», Генеральна Асамблея ООН опосередковано визначає поняття «пропаганда війни» та засуджує будь-які її прояви, що здатні загрожувати миру, спонукати до війни, порушувати стабільність у світі або сприяти військовим нападам. Організація Об'єднаних Націй підкреслює, що згадане поняття спрямоване на виникнення загрози та порушення миру або здійснення агресивних дій, які можуть мати різні прояви [5].

Особливості цього виду інформаційно-психологічного впливу включають:

- масовість, оскільки пропаганда орієнтована на аудиторію людей, а не на індивідів;
- тривалість – це сукупність послідовних дій, що відбуваються протягом довгострокового часу;
- чітко окреслена мета – пропаганда фокусується на конкретному явищі, події, особі, ситуації тощо.

Парсонс вважав, що головна мета пропаганди полягає у формуванні ставлення та поведінки людей, за допомогою мовних засобів, які використовуються як письмово, так і усно. Зазвичай пропагандою вважають будь-які методи передавання концепцій, уявлень або відомостей, що впливають на дії та реакції людини. У період СРСР пропаганда використовувалась на державному рівні для впровадження комуністичної ідеології, контролю над



суспільством та реалізації цілей. Для цього застосовувались засоби масової інформації (преса і радіо), культурні установи, мистецтво і література, а також державні свята, які насильно впроваджувались для народу.

Американський політолог Г. Лассвелл у свою чергу підкреслював, що пропаганда впливає на дії та світогляд людей, перш за все, через ЗМІ, які формують стереотипи шляхом створення вигаданих інформаційних концепцій.

Наразі для поширення пропагандистських повідомлень використовують різноманітні матеріали та медіа, які адаптуються до нових технологій, на кшталт, сатиричні зображення, постери, фільми, телепрограми та радіоефіри. У цифрову еру з'явилися нові методи, такі як веб-сайти та боти, що поширюють хибні чи упереджені новини через соціальні мережі.

Пропаганда може використовувати хитрі методи, наприклад, шляхом розповсюдження зневажливої дезінформації через засоби масової інформації. Ця підступна пропаганда може мати політичну мету: формування у громадян враження про негативний характер або неефективність політики своєї країни, їх можна спонукати до невизнання тих чи інших пропозицій або коментарів, а також упередженості до досвіду інших.

Пропаганда набуває дедалі більшої популярності в політичних галузях, часто щодо певних зусиль, які фінансуються урядами, політичними групами або прихованими інтересами. Засоби масової комунікації, такі як новинні повідомлення, урядові звіти, історичні перспективи, наукові дослідження, література, фільми та телепередачі, активно використовуються для поширення пропагандистських ідей. Деякі рекламні кампанії використовують стратегії передачі інформації, щоб мобілізувати групи людей. Ця стратегія спрямована на перетворення одержувача інформації спочатку в шукача інформації, а потім в лідера громадської думки через індоктринацію.

Ретельний аналіз показує, що лідери держав чи політичних партій відчують необхідність контролювати самодіяльність населення, впливаючи на формування думок і конструкцій, які відповідають суспільним потребам.

Пропаганда створює у свідомості народу необхідні переконання та сприяє виробленню певних патернів поведінки, які влаштовані для уряду. Якщо пропаганда відповідає цілям пропагандиста, вважається, що комунікативна мета досягнута, інакше починається новий етап комунікативних зусиль, а пропаганда продовжується. Ефект буде продовжуватися, поки ідеологія не стане прийнятою для більшості населення, оскільки для пропагандистів найважливіше, щоб їхні цілі були досягнуті повністю [2].

Функції пропаганди, що визначають шлях досягнення її мети через маніпулятивний вплив на аудиторію, класифікуються на іманентні та ситуативні. Мета пропаганди визначається відповідно до цих функцій.

Можна узагальнити, що пропаганда є складною політичною стратегією, спрямованою на керування суспільством шляхом формування міцних соціальних переконань і уявлень у реципієнтів, які відповідають потребам дискутанта. Метою пропаганди є досягнення цільового рівня свідомості та поведінки широких верств населення, колективів й індивідуумів у майбутньому. Пропаганда, як ефективна діяльність, може досягти успіху лише за умови чіткого формулювання цілей на різних рівнях та визначення умов для їх досягнення.

## **1.2. Базові підходи до розуміння поняття «ідеологія»**

Серед термінів політичної науки, ідеологія виявляється одним з найбільш вагомих та широко використовуваних у різних контекстах. Політичні ідеології спостерігають певний інтелектуальний і політичний попит у суспільстві. Проте виклики, що виникають у сучасному світі, примушують нас переосмислити бачення ролі та значення ідеології в політичних процесах.

У XXI столітті контент і якість домінуючих ідей та ідеологій майже не мають спільного з тим, що було характерним для ідеологічного ландшафту

п'ятдесятирічної давнини. За короткий період історії відбулися фундаментальні зміни не лише у методології дослідження та трактуванні політичних ідей у різних сферах суспільного життя, але й у самому науковому підході до соціальної практики та у розумінні парадигм ідейної інтерпретації реальності [4].

У розвитку поняття ідеології вчені виокремлюють три ключові етапи:

- спочатку, ідеологія розглядалася як наука, що вивчає походження та закономірності розвитку ідей у суспільстві;
- потім, вона стала поняттям, що визначає соціально-політичну спрямованість та значення різних поглядів, теорій та концепцій;
- нарешті, ідеологія стала предметом дослідження та інструментом в соціологічних науках.

Перше використання терміна «ідеологія» датується XVIII століттям. У 1796 році слово «ідеологія» з'явилося у французькому словнику «Пті Роббер», а у 1800 році - термін «ідеолог». Саме французький філософ і економіст А. Дестют де Трасі ввів цей термін у науковий обіг. У проміжок між 1801 та 1815 років він опублікував п'ятитомний трактат під назвою «Елементи ідеології», в якому спробував розробити теорію загальних принципів виникнення ідей, базуючись на сенсорному досвіді.

Ідеологія, розглянута як «наука про ідеї» повинна бути фундаментом для сфери політики, правознавства та етики. Філософ вважав, що головною функцією ідеології є дослідження процесів формування ідей у людській свідомості під впливом навколишнього середовища і подальше використання їх для виправлення помилкових уявлень. Для впровадження розроблених ідеологічних концепцій бракувало об'єктивних соціальних умов та відповідних носіїв ідеології, які могли б замінити існуючі традиційні суспільні та політичні інститути.

Другий етап розвитку терміна «ідеологія» розпочався з впровадження конкретних ідейних концепцій і систем поглядів, що визначалися чіткою

соціально-політичною орієнтацією. У середині XIX століття ідеологія в політиці стала трактуватися як комплекс ідей і теорій, які в спотвореному або містифікованому вигляді відображають інтереси великих соціальних груп[36].

У середині XIX століття основним внеском у розвиток теорії ідеології стала праця «Німецька ідеологія», написана Карлом Марксом і Фрідріхом Енгельсом у 1846 році. Будучи засновниками марксизму, вони розглядали ідеологію переважно в негативному світлі, протиставляючи їй наукове знання, що мало служити боротьбі з ідеологічними помилками. Крім того, Маркс і Енгельс трактували ідеологію як «хибну свідомість», причиною виникнення якої пов'язують з обмеженими практиками та нерозв'язаними протиріччями. Таким чином, за допомогою «хибної свідомості» створюється ілюзорне уявлення про соціальне життя.

Крім того, Маркс і Енгельс вважали ідеологію політичним мисленням, що відображає інтереси певних соціальних груп. Ці погляди стали основою європейської традиції, в якій ідеологія розглядається як теоретично сформоване уявлення, яке виражає інтереси класів і може чинити вплив на поведінку мас.

На третьому етапі еволюції поняття «ідеологія» стає важливим інструментом аналізу та інтерпретації соціальних процесів, а також починає сприйматися як об'єкт дослідження в різних соціальних науках.

Вивчення ідеології як поняття і соціального явища активно досліджується як у міжнародній, так і в українській науковій спільноті. Основний акцент здійснюється як на змістовних аспектах ідеології (шляхом порівняльного аналізу ідеологічних концепцій), так і на її функціональних аспектах (вивчення місця, ролі, та функцій в суспільстві). Дослідження ідеології можуть бути методологічними (дослідження природи ідеологічних явищ, методи її виявлення та дослідження), так і практичними (питання ідеологічної роботи та її застосування).

У XX столітті європейські наукові школи філософії, соціології та політології розробили різні підходи до трактування ідеології, включаючи

неомарксистський, позитивістський, феноменологічний, психоаналітичний та соціосемантичний. Одночасно розвивалась традиція «критики ідеології», а також формувався «технологічний» напрямок, орієнтований на вивчення ідеології для її практичного застосування в політиці та управлінській сферах[37].

Карл Маннгейм, німецький філософ, мав схожі погляди на природу ідеології, що і К. Маркс. Він вважав ідеологію певною системою ідей, яка, відображаючи об'єктивну реальність у спотвореній формі, визначається політичними та економічними інтересами її носіїв. За його думкою, основне завдання ідеології полягає у фіксації та закріпленні порядку речей, що склався [11].

Сучасні ідеологи Пітер Бергер і Томас Лукман зазначають, що головною темою наукових досліджень Карла Маннгейма були зосереджені на феномені ідеології. Він розрізняв реальні ідеології та соціально-світоглядні утопії, виділяючи два типи ідеологій: часткові та глобальні, що обумовлені інтересами та потребами окремих суб'єктів або класів і груп.

Французький філософ неомарксистської течії Луї Альтюссер розглядав цей феномен як структуру концепцій, що діє на підсвідомому рівні. У своєму описі ідеології він використовував терміни, типові для психології.

У середині ХХ століття концепція ідеологізації зазнала трансформації у напрямку деідеологізації, що означає «кінець ідеології» та звільнення від неї. У 1960-х роках прихильниками цього до суспільства включали Р. Арона, Д. Белла, С. Ліпсета та К. Поппера. Теорія деідеологізації впливала із об'єктивних причин і факторів, які визначалися умовами того часу. Серед цих факторів можна відзначити збільшення інформованості суспільства в глобальному масштабі, різноманіття ідейно-світоглядних поглядів у світі та зростання добробуту населення. У наукових дискусіях ставало дедалі більш очевидною думка про необхідність уникнення ідеологічного втручання в суспільне життя. Згідно з Деніелом Беллом, ідеологія почала сприйматись як

суб'єктивне відображення інтересів соціальних груп, а також як спосіб «нав'язування» інтересів одних груп іншим.

У 70-х роках ХХ століття концепція деідеологізації змінилася на концепцію реідеологізації, яка стверджує, що людина і громадянин є найвищою цінністю і визнає вплив ідеології на розвиток суспільного життя. За цією концепцією (за Т. Парсонсом, В. Парето та іншими) ідеологія виконує консолідуючу, інтегруючу та мобілізуючу функції у суспільстві. Вона сприймає ідеологію як певну конструкцію, яка допомагає підтримувати стабільність у суспільстві, ґрунтуючись на цінностях, що визначають поведінку окремих осіб і груп [31].

Традиційний західний підхід до вивчення ідеології базується на трьох основних аспектах: визнанні ідеологій як плюралістичних явищ, трактуванні їх як помилкових або як суміші помилкової і справжньої свідомості, а також редукуванні ідеології до упереджень у судженнях і відмові від творчого аналізу.

В останній третині ХХ століття відбулося не лише відновлення визнання ідеології як важливого аспекту сучасного цивілізованого суспільства, але й перегляд тезису про ідеології як хибної свідомості. В результаті багатолітньої дискусії було переглянуто всю термінологію, пов'язану з використанням терміну «ідеологія», яка описує її як процес формування знань, знаків та цінностей у суспільстві, як сукупність ідей, що характерні для конкретної соціальної групи чи класу, як систему розривної та викривленої комунікації, а також як сукупність переконань, що визначають дії [15].

Одна з ключових характеристик ідеології полягає у її невід'ємному зв'язку з політикою та впливі на політичну практику. Політика, у свою чергу, можна розглядати як зовнішнє втілення ідеології, яке може реалізуватися лише в політичній сфері. Навпаки, політику важко уявити без присутності ідеологічного складника. Це викликає питання щодо можливості «кінця ідеології», яку висловлювали Деніел Белл, Реймонд Арон у 50-х роках та Френсіс Фукуяма в 80-х роках ХХ століття.

Фукуяма в своїй роботі про «кінець історії» стверджував, що світова історія, яка є результатом змагання ідеологій, дійшла свого завершення. Це сталося внаслідок розпаду комунізму, коли модель ліберальної демократії стала «єдиним принципом» політичного ладу суспільства. Такі погляди виникли в умовах ейфорії після завершення холодної війни, намагаючись зрозуміти ключові реалії через аналіз нових тенденцій у міжнародних відносинах.

Сучасний німецький науковець у галузі політики Ульріх Матц вважає, що вивчення ідеологічних типів продовжує бути важливим інструментом у політичній сфері і є «непрямим свідченням необхідності в ідеології в постмодерному епосі». Він стверджує, що ідеології виступають як системи цінностей, які набувають актуальності під час значних соціальних криз. Матц пропонує концепцію ідеального типу ідеології, що відокремлюється від конкретного змісту ідеологій Нового часу та має характеристики, такі як релігійна мотивація орієнтаційної системи, революційність, прогресивність, авторитарно-ідеологічні принципи [26].

У XXI столітті розуміння ідеології базується на уявленні її як специфічної конструкції, що є фундаментом для соціальної реальності. У своїй теорії ідеології словенський філософ Славој Жижек вказує на те, що сучасні домінуючі ідеології повністю формують сприйняття реальності для особистості. Згідно з його переконаннями, основна мета ідеології полягає у зображенні соціальної дійсності як засобу уникнення реальності, яка може бути травматичною. Ідеологія у цьому контексті виступає як фундамент соціальної активності, надаючи сенс індивідуальним та колективним діям [14].

Сучасний німецький соціолог Ойген Лемберг, у роботі «Ідеологія і суспільство» вводить загальні концепції ідеології, які характерні для західної науки. За його методологічними передумовами, ідеологія трактується як система ідей та уявлень, що визначають світогляд та цінності, які підштовхують окремі соціальні групи або спільноти до дій. Лемберг намагається реабілітувати поняття «ідеології», розглядаючи його в широкому контексті, і вважає розвиток теорії ідеології пріоритетним для сучасного

західного наукового простору. В своїй роботі він пропонує проводити аналіз ідеології як реальності, досліджувати її походження та структуру, а також її динаміку та соціальні функції.

Отже, історично ідеологія розглядалася як інструмент політичного та соціального контролю, але з часом трактування її сутності зазнало трансформацій. Від підходу деідеологізації у середині ХХ століття до концепції реідеологізації в наш час, дослідження ідеології стає більш складним та нюансованим. Важливим етапом є перегляд термінології, що дозволяє розглядати ідеологію як процес формування знань, систему цінностей та переконань у суспільстві.

Деякі теоретики, такі як Фукуяма, пропонували ідею «кінця історії» на фоні перемоги ліберальної демократії, але сучасні дослідники, такі як Матц, наголошують на необхідності розглядати ідеологію як важливий інструмент політичного процесу в епоху постмодерну.

### **1.3 Роль ідеології та пропаганди в російсько-українській війні**

Ключова роль у формуванні культурного й інформаційного простору росії була відведена шовіністично налаштованим владним елітам, які активно сприяли телебаченню. Після виборів 2000 року оточення Володимира Путіна поступово взяло під контроль засоби масової інформації. Як свого часу радянське телебачення створювало ілюзію щасливого суспільства в СРСР, де всі були задоволені життям, так і росіянам почали нав'язувати образ Путіна як лідера, який здатен перемогти «чеченських сепаратистів» і відновити велич



росії. Для укріплення цього іміджу необхідний був певний геополітичний «тріумф».

Скориставшись послабленням позицій українського уряду під час політичної кризи 2001–2003 років, росія спробувала захопити український острів Тузла у вересні 2003 року. Цей досвід показав російському політичному керівництву, що для «остаточного вирішення українського питання» потрібна ретельна інформаційна підготовка не лише в росії, але й у світовій громадськості. Після «Помаранчевої революції» російські пропагандисти через телебачення почали поширювати тезу, що в Україні «реінкарнується фашизм», вулиці заповнені «бандерівцями», які збираються «нанести шкоду російськомовним співвітчизникам». Паралельно українське суспільство намагалося розробити наративи національної пам'яті, а російське керівництво нав'язувало ідею «спільної історичної пам'яті» як засобу «м'якої сили» Кремля у міждержавних відносинах. Українців закликали «схаменутися» і повернутися «до коліна трьох братніх народів», спільно з росіянами й білорусами крокуючи у «світле майбутнє» [10].

Під час другої президентської кампанії Володимира Путіна його риторика, сповнена ностальгії за радянським минулим, а також заяви щодо України на найвищому рівні влади, свідчили про посилення неоімперських настроїв серед російської правлячої еліти. У 2006 році Путін озвучив доктрину, згідно з якою економічні можливості країни мають відповідати її політичному статусу. Таким чином росія намагалася впливати на інші держави за допомогою культурно-цивілізаційних, гуманітарних, зовнішньополітичних та інших аспектів привабливості своєї країни через мережеву систему суспільної дипломатії.

На практиці російські спецслужби, наслідуючи радянський КДБ, оновили агентурні мережі, а в Європі почали фінансувати радикальні політичні сили. Збагнувши, що перегляд колективної пам'яті росіян про «Велику Вітчизняну війну» може призвести до питань про вплив тоталітарної влади на якість життя, президент росії Дмитро Медведєв видав указ про створення комісії для

боротьби з фальсифікацією історії. Цей акт фактично вводив цензуру у сфері історичних досліджень, надаючи владним колам монополію на «історичну правду».

Створений державною пропагандою наратив «діди воювали» повністю відкидав реальні факти війни, створюючи героїчний образ радянського/російського «воїна-визволителя» через новий історичний кінематограф. Це створення образу лідера нації, без якого держава та народ неодмінно зазнають поразки в протистоянні з ворогами, схоже на мистецтво сталінського періоду [13].

Починаючи з 2014 року, Володимир Путін активно почав пропагувати своє бачення минулого, ефективно вказуючи історикам, як повинні виглядати їх роботи. За допомогою історії, а точніше, через своє викривлене бачення її, президент росії намагається легітимізувати свої дії як на національному рівні, так і на глобальному. Це створює уявлення, що він не просто керівник держави, а лідер уявної «історичної Росії», яка бореться за свою територіальну цілісність. З цієї позиції він сприймає Україну як бунтівну провінцію, яка прагне відокремитися від його вигаданої могутньої держави.

В рамках підготовки російського суспільства до повномасштабного вторгнення в Україну активно застосовувалися методи дегуманізації українців, які особливо посилювалися під час «Революції гідності». Досліджуючи наративи у російських медіа, Р. Шустов звернув увагу в червні 2014 року на те, що російський уряд свідомо використовує пропаганду для дегуманізації та демонізації українців, готуючи росіян до конфлікту. Виділяються такі методи: дегуманізація протесту та його лідерів, навішування ярликів на «Майдан», дегуманізація української влади та армії [20].

Незважаючи на інтенсивні реформи, які відбувалися в росії протягом 1990-х років, демократичного суспільства там так і не було сформовано. Це значною мірою було результатом успадкованих традицій деспотичного правління.

Хоча трансформація КДБ у ФСБ змінила лише антураж, карально-репресивна система залишилася незмінною. Невдала спроба реформувати авторитарний режим призвела лише до виникнення «рашизму» - відразливої форми російського фашизму.

Втім, нинішня окупаційна політика та її агресивна поведінка щодо України стала ключовим етапом у боротьбі за незалежність українського народу. Початок окупації України у 2014 році супроводжувався гібридною – інформаційно-диверсійною війною, яка фактично перетворилася на війну ідеологій. Це була спроба путінського режиму відродити прототип СРСР з усіма його ідеологічними та політичними елементами, включаючи маргінальну ідеологію, пострадянський гімн та інше. Нині путінський варіант неობільшовизму становить загрозу не лише українському народу, але й існуванню всього цивілізованого світу [17].

У російсько-українській війні ідеологія та пропаганда відіграють ключову роль, впливаючи на сприйняття подій не тільки в опонуючих країнах, а також в світі загалом. Ось деякі аспекти їхньої ролі:

- Легітимізація дій

Російська ідеологія та пропаганда стежать за легітимізацією російських дій у війні, намагаючись виправдати їх перед власним населенням та світовою громадськістю. Це може включати представлення українських дій як загрози для російської безпеки або як «боротьбу проти фашизму» на теренах колишнього СРСР.

- Дезінформація та маніпуляція

Пропаганда використовується для поширення дезінформації та маніпуляції, щоб спотворити реальну картину подій. Це може включати змішування фактів із міфами, вигадані історії про події на передовій, а також маніпулювання соціальними мережами для поширення вигідних для російського уряду повідомлень.

- Формування національної ідентичності

Пропаганда використовується для формування національної ідентичності в росії, підкреслюючи важливість підтримки своєї країни в конфлікті та співчуття до зазначених «братніх» народів [19].

- Демонізація противника

Ідеологія та пропаганда стежать за демонізацією противника, у цьому випадку, України. Це може включати зображення українців як «фашистів», «нацистів» або «американських агентів», що намагаються підірвати стабільність в регіоні.

- Мобілізація суспільства

Пропаганда відіграє ключову роль у мобілізації російського суспільства для підтримки війни, змушуючи людей підтримувати державні дії та готовність до бойових дій [32].

В цій війні ідеологія та пропаганда стають ефективними засобами впливу на масове суспільство, формуючи думки та переконання тисяч людей. Їхня роль визначається не лише національними масштабами, а й впливом на міжнародні відносини та геополітичну ситуацію.

Отже, пропаганда є складною політичною стратегією, спрямованою на керування суспільством шляхом формування міцних соціальних переконань і уявлень у реципієнтів, які відповідають потребам дискутанта. Метою пропаганди є досягнення бажаного стану свідомості та дій як населення в цілому, так і окремих індивідів у майбутньому. Слід зазначити, що ефективна діяльність пропаганди здатна досягти бажаних результатів лише з чітко визначеними цілями на різних рівнях і умовами їх досягнення.

Історично ідеологія розглядалася як інструмент політичного та соціального контролю, але з часом трактування її сутності зазнало трансформацій. Від підходу деідеологізації у середині ХХ століття до концепції реідеологізації в наш час, дослідження ідеології стає більш складним та нюансованим. Важливим етапом є перегляд термінології, що дозволяє

розглядати ідеологію як процес формування знань, систему цінностей та переконань у суспільстві.

Культурний та інформаційний простір росії суттєво визначали шовіністично налаштовані владні еліти, які активно використовували телебачення для формування образу Володимира Путіна як лідера, який приведе до перемоги над ворогами та відродить велич росії. Ця стратегія, подібна до практик радянського періоду, сприяла зростанню неоімперських настроїв у російському суспільстві та владних колах. Російська пропаганда активно використовувала методи дегуманізації українців, щоб підготувати своє населення до конфлікту з Україною, підкреслюючи необхідність окупації та заборони українських національних рухів.

У російсько-українській війні ідеологія та пропаганда відіграють ключову роль для росії, створюючи спотворене уявлення про події як у федерації, так і на міжнародній арені. Російська влада використовує пропаганду для легітимізації своїх дій, мобілізації суспільства, формування національної ідентичності та демонізації противника. Це дозволяє впливати на громадську думку, виправдовувати агресію, маніпулювати фактами та зміцнювати підтримку режиму серед населення. Ідеологія, побудована на шовіністичних та імперських наративах, не лише виправдовує дії Кремля, а й створює ґрунт для подальшої ескалації конфлікту, що загрожує не лише Україні, але й загалом міжнародній безпеці.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ НАРАТИВІВ ІДЕОЛОГІЇ ТА ПРОПАГАНДИ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

#### 2.1. Основні інструменти, форми та цілі російської пропаганди та ідеології

Російська пропаганда являє собою комплекс різних методів і інструментів, що застосовуються для маніпулювання масовою свідомістю, формування певних уявлень та спотворення реальності відповідно до інтересів російської держави.

Один із найпоширеніших засобів російської пропаганди є державні медіа, включаючи телевізійні канали, радіопередачі, а також друковані видання, такі як газети та журнали, що перебувають під контролем влади. Ці медіа активно використовуються для поширення пропагандистських меседжів і дезінформації як серед населення Росії, так і для формування громадської думки за її межами.

Державні засоби масової інформації застосовують різноманітні підходи для досягнення своїх цілей. Вони можуть навмисно спотворювати надану інформацію, змінювати зміст повідомлень, перебільшувати значення подій, вигідних для російської влади, та ігнорувати ті, які суперечать її інтересам.

Соціальні платформи набули значущості як важливий інструмент для проведення російською пропаганди. Російські інтернет-тролі та інші представники встановлюють фіктивні акаунти у соціальних мережах і використовують їх для розповсюдження неправдивої інформації та маніпуляції громадською думкою.

Прикладом цього є кампанія, націлена на втручання в президентські вибори в США 2016 року. Російські тролі та боти в соцмережах активно

поширювали неправдиву інформацію і сприяли загостренню конфліктів серед різних соціальних верств країни [22].

Інформаційні агентства росії, зокрема Sputnik і RT, також відіграють важливу роль у просуванні російської пропаганди. Вони працюють у понад 100 країнах і поширюють новини, що відповідають інтересам російської влади.

Російська пропаганда активно використовує актуальні теми та події для залучення уваги громадськості та досягнення своїх цілей. Протягом пандемії COVID-19 російські медіа використовували цей контекст, щоб підкреслити проблеми медичних систем по всьому світу, а також спотворювали дані про зараження вірусом й ефективність щеплень.

Крім того, російська пропаганда може посилювати розкол в міжнародних відносинах, викликаючи напруженість між країнами або загострення конфліктів. Російські медіа можуть активно використовувати публічні суперечки на свою користь, підтримуючи позицію, яка кореспондує з російськими домаганнями.

Культурні події, такі як фестивалі, концерти і спортивні змагання також використовуються російською пропагандою щоб просувати свої політичні інтереси. Приміром, під час Олімпійських ігор у Сочі у 2014 році російська влада скористалася цим заходом, щоб залучити увагу міжнародної спільноти і підвищити свій внутрішній авторитет. Культурні події також можуть служити інструментом для формування громадської думки по всьому світу.

Соціальні платформи набувають значення як важливий інструмент для розповсюдження російської пропаганди, адже вони дозволяють безпосередньо спілкуватися з аудиторією та швидко поширювати інформацію. Російські пропагандисти активно користуються платформами, такими як Twitter, Facebook та YouTube, для трансляції своїх повідомлень і звернень до громадян. Вони також використовують фейкові акаунти для поширення дезінформації та маніпулювання суспільною свідомістю.

Російська пропаганда активно експлуатує емоційність, щоб привернути увагу громадян та викликати різні емоції, такі як страх, гнів, обурення та ненависть. Такі емоції можуть бути спровоковані різними способами, зокрема через дезінформацію про певні соціальні групи, розповіді про руйнівні наслідки війни або загрозу з боку інших держав. Такий підхід дає змогу російській пропаганді впливати на дії і світогляд населення [41].

Вищезгадані методи й засоби російської пропаганди застосовуються з метою досягти різноманітних цілей, зокрема підтримки політичних діячів, формування ворожого образу та вплив на дипломатичні відносини. Для розповсюдження інформації російська використовує різні платформи для поширення інформації, зокрема традиційні медіа і сучасні технології, на кшталт соціальних мереж. Серед ключових засобів цієї пропаганди – дезінформація, маніпуляція фактами, формування образу ворога та психологічний тиск на цільову аудиторію.

Ключовим методом російської пропаганди є перекручування фактів і дезінформація, що проявляється в різних формах: від використання маніпулятивних зображень і відео до хибних тверджень, теорій змови, оманливих заголовків та прикрашених звітів. Під час конфлікту в Україні, зокрема, російські державні медіа, серед яких RT і Sputnik, представляючи український уряд і військових, представляючи український уряд і військових як фашистів і антиросійських. Це поширення мало на меті створити негативний імідж України та виправдати російського втручання в конфлікт.

Одна з тактик також полягає в просуванні російських інтересів в Україні, що реалізується через представлення проросійських сепаратистів як борців за свободу, звинувачення України в загостренні конфлікту на Донбасі та підірив довіри до українського уряду, просуваючи ідею невдалої держави. Наприклад, російська пропаганда представляє сепаратистів на сході України як людей, які борються за свої права проти репресивного українського уряду, хоча насправді вони значною мірою отримують підтримку та фінансування з боку росії, а їхні дії призвели до загибелі тисяч цивільних осіб.



Російська пропаганда не зводиться лише до державних ЗМІ чи політичного дискурсу. Вона проникає й у повсякденне життя, зокрема у вигляді ботів у соціальних мережах і тролів, які розповсюджують неправдиві відомості та дезінформацію. Слід зазначити, що система освіти в росії разом із суспільним дискурсом підтримують викривлене сприйняття історії та сучасні події, що посилює вплив державної пропаганди. Прикладом цього слугують російські підручники, які зменшують значення Радянського Союзу в Другій світовій війні та представляють росію як жертву агресії з боку Заходу.

Цілі пропаганди можуть варіюватися відповідно до контексту та аудиторії, до якої вона спрямована. Однак головною метою пропаганди є вплив на формування свідомості і поглядів населення для досягнення певних цілей або сприяння конкретної концепції. У цьому контексті російська пропаганда також не є винятком.

Серед основних цілей російської пропаганди можна виділити наступні: посилення впливу росії на міжнародній арені, відновлення її позицій у колишніх радянських республіках, активізація російського національного руху, послаблення впливу Заходу, а також формування позитивного ставлення до російської влади всередині країни.

Однією з ключових цілей російської пропаганди є забезпечення підтримки російської влади всередині країни. Це досягається шляхом формування образу Росії як потужної держави, яка виступає головним захисником свого народу та національних інтересів на міжнародній арені. Водночас російська пропаганда формує уявлення про ворога, що намагається завдати шкоди росії, а також антиросійських сил, які прагнуть порушити єдність та стабільність держави. Це у свою чергу сприяє збереженню підтримки уряду в росії та зменшує ризик соціально-політичних і економічних криз.

Другою важливою метою російської пропаганди є сприяння національної ідентичності росії. В даному випадку пропаганда активно просуває концепцію домінування російської культури та мови в колишніх радянських республіках і

в країнах по всьому світу, де проживають російськомовні громадяни. Це сприяє збереженню впливу росії на ці держави та підкреслює її внутрішню силу. [32].

Наступна ключова мета російської пропаганди зосереджена на зменшенні впливу Заходу на міжнародній арені й укріплення позицій росії. Пропаганда формує негативний образ Заходу як агресора, що намагається підірвати єдність і стабільність росії та інших держав. Для досягнення цієї мети використовуються різні методи, такі як:

- зміна інформаційної основи,
- фальсифікація фактів,
- формування конспірологічних ідей змови,
- підрив довіри до демократії та західних цінностей.

Іншою метою російської пропаганди є відновлення російського впливу в країнах, які раніше входили до складу Радянського Союзу. Пропаганда націлена на формування іміджу росії як єдиного захисника інтересів російськомовного населення у цих державах та на формування позитивного ставлення до росії серед їхнього населення. Цільовою аудиторією російської пропаганди є населення цих країн, а для досягнення цієї мети активно використовуються засоби масової інформації та соціальні мережі.

Слід зазначити, що також важливою ціллю російської пропаганди є підтримка російського націоналізму. Пропагандисти активно пропагують ідею превалювання російської культури та мови в колишніх радянських республіках та в інших країнах, де знаходяться російськомовні громадяни. Це сприяє збереженню впливу росії на ці країни й підкреслює міцність країни всередині [30].

Крім того, російська пропаганда має на меті позбавити довіру до західних демократичних установ і створити образ Заходу як регіону, де використовують суперечливі стандарти та порушують міжнародні норми. Для досягнення цієї

мети російська пропаганда активно застосовує різні методи, зокрема спотворення фактів та наклепи.

У висновку можна зазначити, що російська пропаганда використовує різноманітні методи та тактики, щоб досягти своїх стратегічних цілей. Основними методами є спотворення фактів та поширення дезінформації, які використовуються через різноманітні медіа, включаючи державні ЗМІ, соціальні мережі, а також систему освіти та публічний дискурс.

Цільові аудиторії та контекст російської пропаганди можуть варіюватися, проте загальною метою залишається вплив на свідомість та переконання населення для досягнення визначених політичних, соціальних та економічних прагнень. Серед найважливіших стратегічних цілей пропаганди можна виокремити посилення впливу росії на міжнародній арені, підтримку російських інтересів у колишніх республіках СРСР, підтримку російського національного духу та ослаблення домінування Заходу.

## **2.2. Огляд та аналіз основних ідеологічних принципів та стратегій пропаганди**

Перший основний наратив російської пропаганди полягав у твердженні, що Україна не є повноцінною державою, спрямований на заперечення існування української нації як самостійної від російської та на зниження авторитету української державності. У рамках цього наративу було розповсюджено наступні неправдиві твердження:

- українці і росіяни — це один народ;
- історично Україна займала периферійне положення в рамках російської імперії;
- Україна не має своєї історії та мовної ідентичності;

- формування нашої держави стало можливим завдяки діяльності більшовиків і Леніна;
- Україна привласнює козацькі традиції, що походять з Росії;
- Україна приречена на економічний занепад [26].

Другий головний наратив російської пропаганди стверджував, що український уряд є «неонацистським, нелегітимним та дискредитованим», спрямований на дискредитацію української влади та спровокування розколу в українському суспільстві.

Наступний наратив, що просувала росія перед війною, полягав у представленні України як укріпленого гнізда фашистів і реакціонерів, яке загрожує російському народові «Захід експлуатує Україну та є деструктивним для світового порядку».

Зокрема, він спрямований на те, щоб зобразити Захід, очолюваний США, як експлуататора України у своїх геополітичних цілях й небезпеку світовому порядку. Цей наратив також намагається формувати в українському суспільстві недовіру до Заходу [34].

Слід також звернути увагу на російський пропагандистський наратив, який вказує на те, що російська спільнота зазнає утисків в Україні. Він має на меті нав'язати думку про незаконне й насильницьке усунення російської складової з України, включаючи мову, церкву, історію та культуру, а також на тиск на російську меншину, проросійські ЗМІ та політиків. Серед ключових тверджень цього наративу:

- пригноблення українською мовою та і примусова українізація через мовне законодавство;
- упереджене ставлення та утиски російської етнічної меншини за рахунок закону про корінні народи;
- наявність неонацизму та антисемітизму в Україні;

- знищення пам'яток Другої світової війни та радянської спадщини;
- розкол православ'я під впливом Вселенського патріарха,
- а також репресії проти проросійських ЗМІ з боку президента України.

П'ятий ключовий російський пропагандистський наратив стверджує, що росія стикається із зовнішніми загрозами. Цей наратив був спрямований на індукування страху серед країн НАТО, Сполучених Штатів та України через можливість військового вторгнення; представлення їх як агресорів, які планують повернення окупованих територій України силовим шляхом; крім того, на обґрунтування потреби вирішення української проблеми та конфлікту на Донбасі за допомогою війни [29].

Отже, ще до широкомасштабного вторгнення росії в Україну у 2022 році, кремлівська пропагандистська машина активно продовжувала свою дезінформаційну діяльність, поширюючи ці наративи для впливу на світове суспільство.

Навіть при наявності законодавчої бази з інформаційної безпеки в Україні, в Автономній Республіці Крим у 2014 році не було прийнято жодних зусиль проти впливової інформаційно-пропагандистської кампанії, яка розрахована на дезінформацію та маніпуляцію свідомістю та призвела до підриву традиційних цінностей і формування нової ідентичності серед населення півострова.

До 2014 року Крим був сприятливим середовищем для поширення російської пропаганди. Завдяки домінуванню проросійських настроїв у регіоні, українські медіа, що там діяли, часто віддавали перевагу російському контенту. Відсутність рішучої протидії з боку українських ЗМІ та низький рівень медіаграмотності населення створили умови для ефективного просування російської інформаційної політики. Це призвело до того, що українське суспільство не було готове до інформаційної війни, а російська федерація сприймалася як дружня сусідська держава, незважаючи на потенційну загрозу.

На півострові Крим функціонувала велика система розповсюдження ворожої пропаганди та агітації серед мирних мешканців. Російські спеціалісти з психологічної війни розробили ряд псевдоісторичних концепцій, вигадали терміни «Руський світ», «Російська цивілізація», «Крим наш», а також створили серію мемів, які стали основою пропагандистського впливу на мешканців Криму [28].

Використання інформаційних ресурсів Російської Православної Церкви (РПЦ) для пропагування ідей «руського світу» є ефективним для офіційної влади РФ, оскільки урядові кола використовують православ'я як штучно об'єднуючий елемент, спираючись на релігійну ідентичність людей для досягнення своїх імперських амбіцій.

Ідеологи РПЦ сформулювали та постійно удосконалюють концепцію «руського світу». За аналітичною доповіддю Національного інституту стратегічних досліджень (НІСД), протягом останніх восьми років сам термін «руський світ» фактично став привілеєм РПЦ і практично повністю ототожнюється з поглядами та діяльністю цієї церкви.

Очільники РПЦ безперервно пропагують ідею миротворчої місії російських військових на території України, обґрунтовуючи потребу вторгнення росії в Україну з метою зберегти та відродити «цілісності простору Святої Русі» і захистити права та свободи православних жителів. Ця місія замасковує реальні обставини війни на сході України, представляючи конфлікт як внутрішній громадянський конфлікт в Україні, що виникло з Євромайдану і поширилося на східні регіони країни. Проросійські ЗМІ активно пропагують імідж «миротворців» для РПЦ та УПЦ МП, приховуючи справжню роль росії в ескалації війни та пропонуючи вести перемовини з маріонетками кремля – лідерами самопроголошених «ДНР» і «ЛНР» [40].

Портретування США та НАТО як агресивної сили має глибокі історичні корені, сягаючи часів існування СРСР й неодноразово використовувалось в різних геополітичних конфліктах, зокрема, на Балканах, Близькому Сході та в Україні.

Попри те, що Кремль у країнах Центральної та Східної Європи застосовував різноманітні повідомлення та стратегії їх розповсюдження, пропаганді, в цілому, не вдалося досягти головної мети – підриву єдності Заходу. Вони не змогли змінити громадську думку. Цьому сприяли ефективні контрзасоби, які розкривали справжні події в Україні, допомагали випередити пропаганду Кремля та сприяли зміцненню міжнародної підтримки нашої країни. Взаємодія громадянського суспільства з різних країн, які стали свідками впливу пропаганди, покращила розуміння викликів у сфері інформації.

Росіяни вважають, що їхня країна має багаті запаси природних ресурсів, і, можливо, вони праві, стверджуючи, що росія є найбагатшою країною в світі за кількістю природних ресурсів. Проте рівень життя в росії значно відрізняється від рівня життя в заможних і розвинених країнах. Достаток росії є віртуальним, і ніколи не стало реальним. Протягом щонайменше двох століть російське суспільство шукає відповідь на питання, чому це сталося, що стало основним питанням російського існування. Російська пропаганда протягом двох століть надавала росіянам примітивні відповіді [27].

Водночас російська пропаганда маніпулює різноманітними ідеологемами на кшталт «третій Рим», «свята Русь», «світовий полю добра», «велика російська духовність», формуючи у росіян відчуття виключності та непогрішимості своєї держави, що перешкоджає будь-яким спробам реформ та модернізації. Тож протягом багатьох поколінь росіяни переконані, що росія – духовний центр світу, де немає місця критиці та самовдосконаленню – за винятком, можливо, відновлення втраченого. Так, хоча є погані дороги, бюрократія, щоденні проблеми на кожному кроці, сумнів у самій системі, у її основах, не виникає. Не виникає потреби сумніватися у святості цієї системи.

Російська пропаганда збуджує у росіян почуття втраченого статусу, переконуючи їх, що Путін вже повернув цей статус, та що якість життя, економічна потужність та інші аспекти – це лише тимчасові виклики, які незабаром будуть подолані. Міф про СРСР як державу з «другим найвищим рівнем життя у світі» (що насправді не відповідає дійсності) спрямований на те,

щоб переконати росіян у тому, що існує пряма залежність між «величчю» країни та її добробутом, де «величчя» є причиною, а добробут – наслідком, а не навпаки. Спостережене зростання добробуту росіян у роки правління Путіна, спричинене стрибком світових цін на нафту і газ, підтверджує їх у цьому переконанні [36].

Можна зробити висновок, що російська військова доктрина, що базується на радянських розробках, передбачає використання агресивних пропагандистських наративів у інформаційному та віртуальному середовищі. Хоча кремль продовжує свою гібридну агресію проти Заходу, ефективність російської пропаганди помітно знизилася після повномасштабного вторгнення в Україну. Попри свою силу, пропагандистські наративи росії страждають від непослідовності, невідповідного часу інформаційних заходів і недостатньої підтримки. Тому, проводячи їхній аналіз, можна краще зрозуміти суть російських пропагандистських наративів і ефективніше їм протистояти, що допоможе Україні та всьому цивілізованому світу, які зазнають впливу російської пропаганди, розробити інструменти знешкодження дезінформації та захистити свої суспільства.

### **2.3. Порівняльний аналіз наративів у російських та українських джерелах**

У сучасних умовах українське суспільство виявило, що створення та поширення стратегічних наративів стає ключовою складовою стратегічних комунікацій, які використовуються не лише у політичних або бізнесових сферах, але й у повсякденних комунікативних ситуаціях, а також в інформаційно-психологічній війні на медіапросторі українських ЗМІ. Перехід суспільства до щоденного моніторингу новин вніс зміни не лише в обрані



методи комунікації, а й у стиль спілкування, особливо на державному рівні [37].

Наративи на кшталт «російська армія – армія бомжів та мародерів» та «друга армія світу» характеризуються певними стилістичними та граматичними особливостями текстів, що їх відображають, і вказують на негативну тенденцію медіа-риториці щодо окупантів. Наприклад, перший наратив супроводжується виразно негативними оцінками на різних платформах, починаючи з офіційних сторінок українських ЗМІ у соціальних мережах – від офіційних сторінок український медіа у соцмережах, таких як «УНІАН» і «Ukraine NOW», до заяв публічних осіб, зокрема президента України Володимира Зеленського та голови Миколаївської ОВА Віталія Кіма.

Другий наратив відрізняється своєю унікальною синтаксичною структурою, оскільки вживається в медіатекстах з використанням виразу «так звана друга армія світу» або у лапках, щоб надати йому негативного відтінку. Наприклад:

- «Україна ламає так звану 'другу армію світу'» (Володимир Зеленський),
- «'Друга армія світу' вчергове показала свою міць, влаштувавши цинічне масове вбивство» (Олександр Старух, голова Запорізької обласної військової адміністрації),
- «Не зраджуючи традиціям, 'друга армія світу' краде автомобілі у місцевих жителів, щоб вивезти все награване» (Ukraine NOW) [37].

Наведені саркастичні та негативні контексти спонукають українців відноситися з зневагою до ворога, що в свою чергу, мотивує громадян України не побоюватися його та чинити опір йому.

Наратив «президент росії – бункерний дід», що наразі широко поширений, не лише принижує статус керівника країни, а й викликає відчуття

зневаги до країни опонента. Зазвичай представники ЗМІ та влади використовують малі літери при згадці країни-агресора:

- «Усе в душі старого бункерного діда з пліснявою замість мозку – безглузді жорстокі обстріли, прив'язані до цифр, дат та свят» (Анатолій Куртєв),
- «Демонструючи, що він не бункерний президент, Зеленський показує всім нам, що він лідер нації, який заслуговує довгострокової підтримки» (BBC NEWS Україна),
- «Бункерний дід заявив, що шахтарі та трактористи воюють краще за його солдатів» (Газета по-українськи)»[38].

На відміну від попередніх наративів, орієнтованих на внутрішню аудиторію України, твердження «захопити Київ за три дні» було спрямоване на міжнародну спільноту і активно просувалось не лише в українських, а й у закордонних медіа. Його поширюють через інтерв'ю посадових осіб у міжнародних ЗМІ або за участі державних діячів у всенародному телемарафоні, що слугує джерелом інформації для міжнародної громадськості [38].  
Наприклад:

- «Зараз там доволі напружена ситуація, всі доводять, що не вони винні у тому, що за три дні не взяли Київ» (Олексій Данілов),
- «Багато тих, хто розраховував взяти Київ за 2–3 доби, вже у пеклі» (Олексій Резніков),
- «Тому не можна виключати наступної спроби орків «взяти Київ за 2 дні» (Віталій Кличко),
- «Дехто давав нам лише три дні, а ми вистояли три сміливі, звитяжні, героїчні місяці й продовжуємо боротьбу за нашу свободу та незалежність» (Володимир Зеленський)» [38].

Такий іронічний акцент, особливо з боку відомих політиків, керівників та державних службовців, підвищує довіру та повагу міжнародної спільноти до нашої країни, народу та армії.

Одним з найвпливовіших наративів є твердження «росія – країна терорист». Він поширюється через широке висвітлення ракетних атак по Україні, публікацію фото та відео, що показують їх наслідки, а також через промови російських посадовців на державних телеканалах, які відкрито закликають до терору мирного населення України і цивільної інфраструктури. Цей наратив виражається в різних формах, таких як англомовний хештег (#russiaisaterroriststate), українські аналоги (#росіякраїнатерорист, #росіяагресор) та інших синонімічних виразів.

Цей наратив акцентує увагу на жорстокості війни через різні текстові повідомлення та велику кількість візуальних матеріалів, таких як фото та відео. Подібно до наративу «російська армія – армія бомжів та мародерів», він використовує контент від користувачів різних форматів, а також фотографії журналістів, що ретельно фіксують військові злочини, вчинені окупантами.

Обидва наративи – російський та український – висвітлюють різні аспекти конфлікту між росією та Україною, однак підходять до цього з протилежних точок зору та використовують різний стиль.

Російський наратив спрямований на поширення дезінформації, формування позитивного образу росії як захисника свого народу та національних інтересів у світі. Водночас, він намагається дискредитувати українську владу та демонізувати українське суспільство, зображаючи їх як загрозу для росіян. Для досягнення своїх цілей російська пропаганда активно використовує фальсифікації та конспірологічні теорії.

Натомість український наратив підкреслює агресивні дії росії проти мирного населення України. Він фокусується на військових злочинах та терористичних актах, скоєних російськими військами та терористичними угрупованнями на окупованих територіях. Метою українського наративу є

мобілізація міжнародної підтримки через викриття порушень міжнародного права з боку росії, а також через викриття ролі російського керівництва як організаторів цих злочинів.

У висновку можна зазначити, що російська пропаганда використовує різноманітні методи та тактики, щоб досягти своїх стратегічних цілей. Основними методами є спотворення фактів та поширення дезінформації, які використовуються через різноманітні медіа, включаючи державні ЗМІ, соціальні мережі, а також систему освіти та публічний дискурс.

Цільові аудиторії та контекст російської пропаганди можуть варіюватися, проте загальною метою залишається вплив на свідомість та переконання населення для досягнення визначених політичних, соціальних та економічних прагнень. Серед найважливіших стратегічних цілей пропаганди можна виокремити посилення впливу росії на міжнародній арені, підтримку російських інтересів у колишніх республіках СРСР, підтримку російського національного духу та ослаблення домінування Заходу.

Можна зробити висновок, що російська військова доктрина, що базується на радянських розробках, передбачає використання агресивних пропагандистських наративів у інформаційному та віртуальному середовищі. Хоча кремль продовжує свою гібридну агресію проти Заходу, ефективність російської пропаганди помітно знизилася після повномасштабного вторгнення в Україну. Незважаючи на продовження гібридної війни проти Заходу, ефективність російської пропаганди після початку повномасштабного вторгнення в Україну суттєво знизилася. Тому, проводячи їхній аналіз, можна краще зрозуміти суть російських пропагандистських наративів і ефективніше їм протистояти, що допоможе Україні та всьому цивілізованому світу, які зазнають впливу російської пропаганди, розробити інструменти знешкодження дезінформації та захистити свої суспільства.

Обидва російські та українські наративи розкривають певні аспекти конфлікту між росією та Україною, проте вони роблять це з різних позицій та з використанням різних тонів.

Російський наратив спрямований дезінформацію, на створення позитивного образу росії як держави-захисника свого народу та російських інтересів у світі. Він також намагається дискредитувати українську владу та демонізувати українське суспільство, представляючи їх як загрозу для російського народу. Російський наратив активно використовує фальсифікацію інформації та конспірологічні теорії змови для досягнення своїх цілей.

З іншого боку, український наратив підкреслює агресивну поведінку росії та її агресію проти України. Він акцентує на військових злочинах та терористичних актах, які скоюють російські війська та терористичні групи на окупованих територіях України. Український наратив намагається мобілізувати міжнародну підтримку та звернення за допомогою розкриття фактів порушень міжнародного права росією та викриття російського керівництва як організаторів цих дій.

## РОЗДІЛ 3

### ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НАРАТИВІВ ІДЕОЛОГІЇ ТА ПРОПАГАНДИ

#### **3.1. Визначення проблем та викликів у перекладі ідеологічних і пропагандистських наративів**

Переклад наративів ідеології та пропаганди може стикатися з рядом проблем та викликів, особливо в контексті культурних, мовних та соціальних відмінностей між різними країнами та спільнотами.

- Культурні та мовні відмінності

Важливо враховувати, що ідеологічні концепти та пропагандистські наративи можуть мати різні відтінки значень у різних культурах та мовах. Перекладач повинен уникати втрати або спотворення сенсу оригінального тексту.

- Політична чутливість

Деякі ідеологічні концепти або пропагандистські наративи можуть бути політично чутливими або спірними у різних контекстах. Перекладачеві слід бути обережним, щоб не викликати конфлікт або непорозуміння своїми перекладами.

- Емоційна навантаженість

Багато пропагандистських наративів мають сильну емоційну складову, і їх переклад може вимагати вміння передати ці емоції.

- Термінологічна точність

Деякі ідеологічні концепти мають специфічну термінологію, яка може бути складною для перекладу. Важливо знати та розуміти цю термінологію, щоб передати сенс оригінального тексту на мову перекладу.

- Персоналізація ідей

Пропаганда часто використовує персоналізацію, або створення конкретних образів або персонажів, щоб передати ідеологічні концепти. Перекладач повинен здати персоналізований підхід до перекладу таких елементів.

- Контекстуальна адаптація

Ідеологічні концепти та пропагандистські наративи часто потребують адаптації до конкретного культурного або політичного контексту. Перекладач повинен урахувати цей контекст, щоб забезпечити ефективний переклад.

Загалом, переклад ідеологічних текстів та пропагандистських матеріалів вимагає від перекладача не лише знання мови, а й глибокого усвідомлення культурних, політичних та соціальних контекстів, у яких ці матеріали функціонують.

У контексті перекладу наративів ідеології та пропаганди виявлено ряд проблем та викликів, що виникають через культурні, мовні та соціальні відмінності між різними країнами та спільнотами. Культурні та мовні відмінності вимагають уважності та дбайливості перекладача для збереження сенсу та відтінків значень оригінального тексту. Політична чутливість наративів може викликати конфлікти та непорозуміння у різних контекстах, тому важливо обережно підходити до їх перекладу. Багато пропагандистських наративів мають сильну емоційну складову, що ускладнює їх передачу у іншій мові. Термінологічна точність та персоналізація ідей також є важливими аспектами, які вимагають уваги перекладача. Крім того, необхідна контекстуальна адаптація наративів до конкретного культурного або політичного середовища. Загалом, переклад ідеологічних текстів та пропагандистських матеріалів вимагає від перекладача не лише знання мови, а

й глибокого усвідомлення культурних, політичних та соціальних контекстів, у яких ці матеріали функціонують.

### 3.2. Використання стратегії адаптації ідеологічних наративів у перекладі

Адаптація ідеологічних наративів у перекладі є складним процесом, що вимагає глибокого розуміння культурних контекстів, мовних нюансів та соціальних реалій. Ця стратегія дозволяє не лише зберігати основні меседжі, але й забезпечувати їхню релевантність для нової аудиторії, що може суттєво вплинути на сприйняття та реакцію читача. Аналізуючи способи адаптації, ми зможемо краще зрозуміти, як мовні практики формують і трансформують ідеологічні концепти.

Калькування є мовною конструкцією, що відзначається фонетичною та морфологічною адаптацією. Варто зазначити, що цей вид трансформації має широку класифікацію, що включає різні типи калькувань, такі як абсолютне, часткове, семантичне, змішане калькування та калькування акронімів. Одне з визначень калькування полягає в тому, що воно є дослівним перекладом [31]. Розглянемо приклади застосування цієї трансформації:

- *«Российская сторона требует от киевского режима немедленно прекратить всякую поддержку террористической деятельности, экстрадировать виновных и компенсировать пострадавшим ущерб» [44].*
- *«The Russian side demands that the Kyiv regime immediately cease all support for terrorist activity, extradite guilty parties and compensate the victims for damages, the ministry statement said» [46].*

У перекладі такого типу важливо звертати увагу на політичний контекст, оскільки в таких текстах можуть бути навмисно використані лексеми з негативними конотаціями. Наприклад, «режим» у цьому випадку є навмисною



маркою для делегітимізації протилежної сторони. Переклад зберігає цей контекст.

Адаптація таких ідеологічно навантажених термінів у перекладі є важливим елементом політичного дискурсу, оскільки перекладач, по суті, репродукує офіційну позицію однієї сторони конфлікту. Навіть якщо переклад є лексично правильним, він все одно зберігає політичні конотації, на яких базується ідеологія оригінального тексту. Це можна простежити на прикладі збереження таких термінів, як «regime» і «terrorist», які у будь-якому міжнародному контексті мають сильний негативний відтінок. Англійський текст не пом'якшує риторичку, а лише адаптує її до стилю англійського політичного дискурсу, де подібні терміни також є частиною офіційної дипломатичної мови.

- *«Нарушение Украиной своих обязательств по антитеррористическим конвенциям приведет к ее привлечению к ответственности в международно-правовом плане» [44].*
- *«Ukraine's violation of its obligations under anti-terrorist conventions will result in it being held to account in international legal terms» [46].*

Основний ідеологічний наратив в оригінальному реченні полягає в тому, щоб представити Україну як порушника міжнародних зобов'язань, особливо в галузі боротьби з тероризмом. Використання термінів, як-от «нарушение обязательств» і «антитеррористические конвенции», спрямоване на делегітимізацію дій України, представляючи її як сторону, що не виконує міжнародні договори. У такий спосіб створюється негативний образ країни, яка не відповідає міжнародним нормам.

Англійський переклад зберігає цей ідеологічний посил через використання еквівалентних термінів. «Violation of its obligations» точно передає ідею порушення, а «anti-terrorist conventions» чітко відображає правову термінологію, що підтримує серйозність звинувачень. Однак, структура перекладу дещо змінюється для відповідності англійському політичному

стилю, що надає реченню формально-юридичного характеру, зберігаючи акцент на міжнародно-правовій відповідальності.

Звинувачення України в тероризмі є одним з наративів росії, щоб налаштувати своїх людей ще більше проти України. В цих прикладах бачимо такі наративи, як «киевский режим», «террористическая деятельность», «нарушение обязательств».

Вважається, що буквальний переклад найчастіше недоречний у текстах нетехнічного спрямування, оскільки це може призвести до неправильного розуміння інформації читачем, особливо у випадку з ідіоматичними виразами. Дослівний переклад можна порівняти з «фотографією» оригіналу. Основна мета перекладача полягає в тому, щоб забезпечити адекватний переклад, який точно відтворює зміст та форму оригіналу іншою мовою [12].

- *«Это злодеяние может быть лишь частью целой серии попыток тех, кто с 2014 года воюет с нашей страной руками неонацистского киевского режима» [44]*
- *«This atrocity may be just one part in a whole series of attempts by those who have been at war with our country since 2014 by the hands of the neo-Nazi Kyiv regime.» [46]*

В реченні «Это злодеяние может быть лишь частью целой серии попыток тех, кто с 2014 года воюет с нашей страной руками неонацистского киевского режима» російська сторона використовує сильний ідеологічний наратив, спрямований на демонізацію України та формування образу ворога через маркування українського уряду як «неонацистського». Це класичний пропагандистський прийом, який не лише легітимізує дії росії, але й намагається виправдати їх через посилення на історичні та політичні конотації, пов'язані з нацизмом.

Англійський переклад «This atrocity may be just one part in a whole series of attempts by those who have been at war with our country since 2014 by the hands of the neo-Nazi Kyiv regime» зберігає цей ідеологічний посил, хоча формулювання

має трохи менш агресивний тон через характер англійської мови. У перекладі зберігається термін «neo-Nazi Kyiv regime», який продовжує ту саму пропагандистську риторичку, спрямовану на делегітимізацію української влади. Важливо, що «atrocities» заміняє «злочини», але обидва терміни передають сильний негативний емоційний заряд, спрямований на формування негативного образу супротивника.

Переклад також зберігає хронологічне посилання на 2014 рік, що є важливим елементом російського ідеологічного нарративу, який підкреслює початок конфлікту в Україні з точки зору російської пропаганди. Конструкція «by the hands of the neo-Nazi Kyiv regime» повторює оригінальне «руками неонацистського киевського режиму», що підкреслює посередницьку роль уряду України у війні проти росії, виставляючи його маріонеткою чи інструментом сил, які протистоять «нашій країні».

- *«США пытаются убедить всех, что никаких следов Киева нет»* [44].
- *«The US is trying to convince everyone that there is no Kyiv trace.»* [46]

Речення російською мовою «США пытаются убедить всех, что никаких следов Киева нет» містить характерний ідеологічний нарратив, спрямований на формування образу США як маніпулятора, який намагається приховати причетність Києва до певної ситуації. У ньому використовується риторика, що має на меті дискредитувати США, представляючи їх як сторону, яка займається навмисним викривленням правди. Важливим елементом є те, що вислів «никаких следов Києва» натякає на якусь приховану або приховану провину Києва, залишаючи простір для домислів і спекуляцій.

Англійський переклад «The US is trying to convince everyone that there is no Kyiv trace» загалом зберігає цей ідеологічний нарратив, однак зазнає певної стилістичної адаптації. Формулювання «Kyiv trace» не є звичним для англійської мови, але його використання додає певної інтриги, створюючи відчуття прихованої змови або відсутніх доказів. Однак, у порівнянні з

оригіналом, цей вислів може звучати трохи менш звинувачувально через незвичність конструкції в англійському дискурсі.

- *«Внимание – вопрос к Белому дому: вы уверены, что это ИГИЛ? Может, ты еще раз об этом подумаешь?» [44]*
- *«Attention – a question to the White House: Are you sure it's Isis? Might you think again about that?» [46]*

Російський оригінал «Внимание – вопрос к Белому дому: вы уверены, что это ИГИЛ? Может, ты еще раз об этом подумаешь?» містить елемент провокації та скепсису щодо офіційної позиції США, спрямований на підірив довіри до тверджень Білого дому. Це риторичне питання використовує маніпулятивний тон, ставлячи під сумнів здатність США чітко ідентифікувати терористичну загрозу, зокрема ІГІЛ (Ісламську державу). Важливою є сама структура питання, яка містить натяк на те, що Сполучені Штати можуть помилятися або свідомо вводити в оману.

Переклад «Attention – a question to the White House: Are you sure it's Isis? Might you think again about that?» зберігає той самий тон і провокаційний характер. Однак термін «Isis» використовується у перекладі як еквівалент російського «ИГИЛ», що є стандартною практикою в англійському медійному просторі. Фраза «Might you think again about that?» відображає ту саму риторичну природу питання, але у трохи м'якшій формі через ввічливу граматичну структуру англійської мови, що може знизити агресивність вислову в очах англомовної аудиторії.

Особливістю адаптації в цьому випадку є збереження виклику до авторитету США, але з дещо менш прямим тоном, що притаманно англійському дипломатичному стилю. Тим не менш, ідеологічний наратив залишається цілісним: це виклик, спрямований на підіривання легітимності офіційної позиції США і заклик до сумнівів щодо їхніх дій або висновків.

Розглянемо особливості перекладу українських наративів пов'язаних з війною.

- *«Це військові, цивільні, міжнародні гості — цим людям все одно» [45].*
- *«Russian forces don't care whether [targets] are military or civilians; whoever they are, whether they are international guests, these people don't care, Zelenskiy said» [46].*

Фраза в українському варіанті «Це військові, цивільні, міжнародні гості — цим людям все одно» коротка, конкретна і має сильний емоційний заряд. Вона відображає наратив про байдужість і жорстокість російських сил у ставленні до жертв. Фраза «цим людям все одно» підкреслює дегуманізацію ворога і створює відчуття повної відсутності моралі та співчуття.

В англійському варіанті «Russian forces don't care whether [targets] are military or civilians; whoever they are, whether they are international guests, these people don't care» збережено основні елементи оригінальної риторики. Перекладач передає основний посил про те, що російські сили не розрізняють різницю між військовими, цивільними чи міжнародними гостями, підкреслюючи їхню байдужість. Фраза «these people don't care» є досить влучною передачею «цим людям все одно», проте в англійському перекладі вона звучить дещо м'якше через використання конструкції «don't care», яка є менш різкою в англійській мові порівняно з українським варіантом.

Переклад українських наративів, пов'язаних із війною, акцентує на збереженні головних меседжів, пов'язаних із дегуманізацією ворога, моральною байдужістю та жорстокістю. При цьому англійський переклад адаптує ці меседжі до інтернаціональної аудиторії, зберігаючи основну ідеологічну та емоційну лінію, але з меншою агресивністю через стилістичні особливості англійської мови.

- *«Перший рік був просто виживанням, повним виживанням... Другий рік був стійкістю, опором... Третій рік буде вирішальним. Це рік викликів як внутрішніх, так і зовнішніх» [45].*

- *«The first year was just survival, utter survival ... The second year was resilience, resistance ... The third year will be decisive. It's a year of challenges from inside and outside» [46].*

Речення «Перший рік був просто виживанням, повним виживанням... Другий рік був стійкістю, опором... Третій рік буде вирішальним. Це рік викликів як внутрішніх, так і зовнішніх» та його англійський переклад «The first year was just survival, utter survival ... The second year was resilience, resistance ... The third year will be decisive. It's a year of challenges from inside and outside» відображають чітку структуру нарративу, пов'язаного з війною та боротьбою. В українському тексті три етапи – виживання, опір і вирішальний момент – символізують хронологічний розвиток подій, кожен з яких підкреслює різні аспекти боротьби.

Англійський переклад ефективно передає ці етапи без значної втрати емоційного забарвлення, зберігаючи акцент на посиленні драматизму першого року через фразу «utter survival» та відображаючи активну боротьбу другого року через «resilience» та «resistance». Третій рік в обох текстах описується як вирішальний, що підкреслює його значущість і критичність у контексті подальшого розвитку подій. Стилiстично англійська версія звучить природніше для англomовної аудиторії через структуру «It's a year of challenges from inside and outside», яка зберігає основний сенс українського варіанту «рік викликів як внутрішніх, так і зовнішніх». Таким чином, переклад зберігає ключові елементи нарративу — виживання, стійкість і вирішальність, при цьому адаптуючи текст до англomовної аудиторії, зберігаючи емоційний та змістовний характер оригіналу.

- *«Противник намагається активно розвивати наступ, - сказав речник командувача ЗСУ Дмитро Лиховий» [45].*
- *«The enemy is trying to actively develop its offensive, said Dmytro Lykhoviy» [46].*

Речення «Противник намагається активно розвивати наступ», - сказав речник командувача ЗСУ Дмитро Лиховий, та його англійський переклад «The enemy is trying to actively develop its offensive» ілюструють важливі аспекти адаптації військової риторики в контексті перекладу. Українська версія використовує словосполучення «намагається активно розвивати наступ», що вказує на активні зусилля противника щодо просування та інтенсифікації військових дій. Ця конструкція передає не лише факт намагань, а й емоційне забарвлення, оскільки слово «намагається» підкреслює відчуття напруги та загрози.

Англійський переклад зберігає цей зміст, хоча конструкція «trying to actively develop its offensive» є більш нейтральною. Використання терміна «offensive» є точним відображенням військової термінології, однак англійська фраза може сприйматися як менш емоційно заряджена. Важливою особливістю є те, що в українському контексті слово «противник» акцентує на чіткому розумінні супротивника як активної сили, тоді як англійське «the enemy» виконує ту ж функцію, але з меншою емоційною вагою.

Загалом, переклад передає основний сенс та зміст оригіналу, однак через особливості мовних конструкцій та стилістичні нюанси, емоційна інтенсивність може знижуватися. Обидва речення акцентують на активних діях противника, підкреслюючи військову загрозу, що є важливим у контексті інформаційної війни та формування суспільної думки.

Отже, адаптація термінів і виразів у процесі перекладу політичних та військових наративів є критично важливим елементом, який забезпечує передачу не лише змісту, але й контексту оригінального тексту. Перекладачі повинні враховувати ідеологічні, культурні та емоційні аспекти, що лежать в основі висловлювань, оскільки ці фактори суттєво впливають на сприйняття інформації. Важливо, щоб адаптація зберігала основні меседжі, пов'язані з ідеологічними наративами, які можуть мати сильний вплив на аудиторію. Наприклад, терміни, що містять негативні конотації, як «режим» або «терорист», відображають політичні погляди і позиції, що впливають на

формування суспільної думки. Адаптація цих термінів у перекладі може знизити їх агресивність, проте основний ідеологічний посил залишається незмінним.

Також слід зазначити, що адаптація текстів, пов'язаних з війною, вимагає обережності, адже неправильне трактування або м'якша форма викладу може призвести до спотворення інформації. Перекладач має забезпечити баланс між точністю та емоційним навантаженням, зберігаючи при цьому автентичність оригіналу.

Адаптація не лише спрощує сприйняття інформації для міжнародної аудиторії, але й слугує інструментом для збереження ідеологічного контексту, що є важливим аспектом у політичному дискурсі та міжнародних відносинах.



## ВИСНОВКИ

Пропаганда є складною політичною стратегією, спрямованою на керування суспільством шляхом формування міцних соціальних переконань і уявлень у реципієнтів, які відповідають потребам дискутанта. Метою пропаганди є досягнення цільового рівня свідомості та поведінки широких верств населення, колективів й індивідуумів у майбутньому. Пропаганда, як ефективна діяльність, може досягти успіху лише за умови чіткого формулювання цілей на різних рівнях та визначення умов для їх досягнення.

Історично ідеологія розглядалася як інструмент політичного та соціального контролю, але з часом трактування її сутності зазнало трансформацій. Від підходу деідеологізації у середині ХХ століття до концепції реідеологізації в наш час, дослідження ідеології стає більш складним та нюансовим. Важливим етапом є перегляд термінології, що дозволяє розглядати ідеологію як процес формування знань, систему цінностей та переконань у суспільстві.

Деякі теоретики, такі як Фукуяма, пропонували ідею «кінця історії» на фоні перемоги ліберальної демократії, але сучасні дослідники, такі як Матц, наголошують на необхідності розглядати ідеологію як важливий інструмент політичного процесу в епоху постмодерну.

Культурний та інформаційний простір росії суттєво визначали шовіністично налаштовані владні еліти, які активно використовували телебачення для формування образу Володимира Путіна як лідера, який приведе до перемоги над ворогами та відродить велич росії. Ця стратегія, подібна до практик радянського періоду, сприяла зростанню неоімперських настроїв у російському суспільстві та владних колах. Російська пропаганда активно використовувала методи дегуманізації українців, щоб підготувати своє населення до конфлікту з Україною, підкреслюючи необхідність окупації та заборони українських національних рухів.

Наслідком цієї політики стало відновлення практик тоталітарного режиму, введення цензури у сфері історичних досліджень та спотворення історії з метою легітимізації дій російського керівництва. Окупаційна політика росії відкрила нову стадію боротьби за незалежність України, яка стала ідеологічним суперництвом між путінським режимом та українською державою, визначаючи загрозу для цивілізованого світу в цілому.

У висновку варто зазначити, що російська пропаганда використовує різноманітні методи та тактики, щоб досягти своїх стратегічних цілей. Основними методами є спотворення фактів та поширення дезінформації, які використовуються через різноманітні медіа, включаючи державні ЗМІ, соціальні мережі, а також систему освіти та публічний дискурс.

Цільові аудиторії та контекст російської пропаганди можуть змінюватись, проте основною метою залишається вплив на світобачення та погляди людей, щоб досягти визначених політичних, соціальних та економічних цілей. Серед ключових стратегічних цілей пропаганди можна виділити розширення російського впливу на міжнародну політику, підтримку російських інтересів у колишніх радянських республіках, сприяння російському націоналізму та зменшення впливу Західних країн.

Можна зробити висновок, що російська військова доктрина, що базується на радянських розробках, передбачає використання агресивних пропагандистських наративів у інформаційному та віртуальному середовищі. Хоча кремль продовжує свою гібридну агресію проти Заходу, ефективність російської пропаганди помітно знизилася після повномасштабного вторгнення в Україну. Незважаючи на продовження гібридної війни проти Заходу, ефективність російської пропаганди після початку повномасштабного вторгнення в Україну суттєво знизилася. Тому, проводячи її аналіз, можна краще зрозуміти суть російських пропагандистських наративів і ефективніше їм протистояти, що допоможе Україні та всьому цивілізованому світу, які зазнають впливу російської пропаганди, розробити інструменти знешкодження дезінформації та захистити свої суспільства.

Обидва російські та українські наративи розкривають певні аспекти конфлікту між росією та Україною, проте вони роблять це з різних позицій та з використанням різних тонів.

Російський наратив спрямований на дезінформацію, на створення позитивного образу росії як держави-захисника свого народу та російських інтересів у світі. Він також намагається дискредитувати українську владу та демонізувати українське суспільство, представляючи їх як загрозу для російського народу. Російський наратив активно використовує фальсифікацію інформації та конспірологічні теорії змови для досягнення своїх цілей.

З іншого боку, український наратив підкреслює агресивну поведінку росії та її агресію проти України. Він акцентує на військових злочинах та терористичних актах, які скоюють російські війська та терористичні групи на окупованих територіях України. Український наратив намагається мобілізувати міжнародну підтримку та звернення за допомогою розкриття фактів порушень міжнародного права росією та викриття російського керівництва як організаторів цих дій.

У контексті перекладу наративів ідеології та пропаганди виявлено ряд проблем та викликів, що виникають через культурні, мовні та соціальні відмінності між різними країнами та спільнотами. Культурні та мовні відмінності вимагають уважності та дбайливості перекладача для збереження сенсу та відтінків значень оригінального тексту. Політична чутливість наративів може викликати конфлікти та непорозуміння у різних контекстах, тому важливо обережно підходити до їх перекладу. Багато пропагандистських наративів мають сильну емоційну складову, що ускладнює їх передачу у іншій мові. Термінологічна точність та персоналізація ідей також є важливими аспектами, які вимагають уваги перекладача. Крім того, необхідна контекстуальна адаптація наративів до конкретного культурного або політичного середовища. Загалом, переклад ідеологічних текстів та пропагандистських матеріалів потребує від перекладача глибокого розуміння

культурних, політичних та соціальних нюансів, що допомагає забезпечити ефективність та точність передачі інформації.

Адаптація термінів і виразів у процесі перекладу політичних та військових наративів є критично важливим елементом, який забезпечує передачу не лише змісту, але й контексту оригінального тексту. Перекладачі повинні враховувати ідеологічні, культурні та емоційні аспекти, що лежать в основі висловлювань, оскільки ці фактори суттєво впливають на сприйняття інформації. Важливо, щоб адаптація зберігала основні меседжі, пов'язані з ідеологічними наративами, які можуть мати сильний вплив на аудиторію. Наприклад, терміни, що містять негативні конотації, як «режим» або «терорист», відображають політичні погляди і позиції, що впливають на формування суспільної думки. Адаптація цих термінів у перекладі може знизити їх агресивність, проте основний ідеологічний посил залишається незмінним.

Також слід зазначити, що адаптація текстів, пов'язаних з війною, вимагає обережності, адже неправильне трактування або м'якша форма викладу може призвести до спотворення інформації. Перекладач має забезпечити баланс між точністю та емоційним навантаженням, зберігаючи при цьому автентичність оригіналу.

Адаптація не лише спрощує сприйняття інформації для міжнародної аудиторії, але й слугує інструментом для збереження ідеологічного контексту, що є важливим аспектом у політичному дискурсі та міжнародних відносинах.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Васильєва Н. В. Пропаганда як складова інформаційно-комунікативної політики і загроза національній безпеці. Таврійський науковий вісник. Серія: Публічне управління та адміністрування. 2022. №. 2. С. 34-41.
2. Гаврилюк С. І. Місце політичної пропаганди у процесі маніпулювання. Політологічні читання пам'яті професора Богдана Яроша: зб. наук. пр. Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Іст. ф-т, Каф. політологія. Луцьк, 2012. С. 25–27.
3. Гапій В. Е. Пропаганда як інструмент впливу на підсвідомість людини в сучасній Україні. Молодий вчений. 2018. № 1. С. 636–641.
4. Драбюк С. С. Пропаганда та її види. шляхи протидії пропаганді. Аналітично-порівняльне правознавство: електрон. наук. фах. вид. Ужгород. нац. ун-т. Ужгород, 2022. № 1. С. 153–157.
5. Звоздецька О. Дезінформація як загроза національній безпеці Європейського Союзу: проблеми та підходи. Історико-політичні проблеми сучасного світу: зб. наук. ст. Чернівці, 2021. Т. 43. С. 30–39.
6. Землянська О. В., Семенов Д. П. Пропаганда як зброя сучасної війни. XXVI Всеукраїнська науково-методична конференція «Проблеми охорони праці, промислової та цивільної безпеки», 19 травня 2022 року, м. Київ, Україна. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2022. С. 73-76. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/48612> (дата звернення: 12.07.2024)
7. Іванець А. До питання про використання Росією монументальної пропаганди як елементу окупаційної політики на тимчасово окупованій

- території Криму у 2014–2018 роках. Українознавство. 2018. № 4. С. 64–79.
8. Іваницька Б., Гусєва С. Основні методи пропаганди в російському Інтернет-ЗМІ Pravda.ru. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки. Львів, 2018. № 896. С. 54–58.
  9. Івашкова О., Крилова Т. Синтаксичні трансформації на рівні речення в англо-українському перекладі роману С. Моема «Theatre». С. 3. URL : <https://bit.ly/3miDAJd>
  10. Каверіна А. С. Проблема пропаганди в українському медіапросторі. Грані. 2015. № 11. С. 97–101.
  11. Канарська А., Митко А. Пропаганда й маніпуляції в інформаційній сфері. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Серія: Міжнародні відносини. Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки; редкол.: Є. Б. Тихомирова та ін. Луцьк, 2018. № 1. С. 66–72.
  12. Карабан В. І. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську. Вінниця : Нова Книга, 2003. 605 с.
  13. Кеворкян К. Е. Пропаганда як політична комунікація. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 22, Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін. Київ, 2012. Вип. 8. С. 73–77.
  14. Колтик О. Підходи до визначення терміна «пропаганда». 2015. URL: <https://labipt.com/approaches-to-the-definition-of-propaganda> (дата звернення: 17.07.2024)
  15. Коновальчук П. І. Зміст та основні напрями пропаганди Російської православної церкви у контексті гібридної війни Росії проти України. Стратегічна панорама. 2018. № 2. С. 31-36.

16. Коруц У. З. Поняття пропаганди війни: історико-правовий аспект. Протидія злочинності: проблеми практики та науково-методичне забезпечення. 2019. № 4. Ч. 1. С. 118-121.
17. Куцька О. М., Туранський М. О. Роль російських теле- і радіоканалів в інформаційно-пропагандистському забезпеченні окупації Криму. Воєнно-історичний вісник. 2019. № 32. С. 99–112.
18. Люта Я. С. Російська пропаганда як політичний інструмент: дипломна робота / Національний авіаційний університет. Київ, 2023. 65 с.
19. Максимов С.Є. Теорія та практика перекладацького аналізу тексту для студентів факультету перекладачів. К.: Ленвіт, 2006. 175 с.
20. Маляренко В. І. Кращі практики зарубіжного досвіду боротьби з фейками та дезінформацією. Інформація і право. 2021. № 3. С. 21–27.
21. Манелюк Ю. М., Чубур Н. В. Сучасні ідейно-політичні течії. Практикум : навч. посібник. К. : КНЕУ, 2010. С. 7–14.
22. Мамрак А. В. Вступ до теорії перекладу: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури. 2009. 303 с.
23. Манхейм К. Ідеологія та утопія / Пер. з нім. К. : ДУХ І ЛІТЕРА, 2008. С. 132.
24. Марищук В.О. Адаптація ідеологічних наративів у перекладі: виклики та стратегії подолання : зб. Магістерські студії. Альманах. Вип. 24. 2024. – Херсон – Івано-Франківськ. ХДУ, 2024– с.
25. Марищук В. О. , Хан О. Г. Виклики розповсюдження ідеологічних наративів під час російсько-української війни: зб. наукових праць за матеріалами Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Херсон, Хмельницький, 4-5 квітня 2024 р. С. 55-58.
26. Матц У. Ідеології як детермінанта політики в епоху модерна / Хрестоматія з політології : навч. посібн. / упор. В. Ф. Смолянчук, Н. В. Чубур. К : КНЕУ, 2014. С. 237.

27. Ожеван М. А. Глобальна війна стратегічних наративів: виклики та ризики для України. Стратегічні пріоритети. Серія: Політика: наук.-аналіт. щокв. зб. Нац. ін-т стратег. дослідж.; редкол.: В. М. Бегма та ін. Київ, 2016. № 4. С. 30–40.
28. Павлов Д. М. Засоби здійснення пропаганди у внутрішньополітичному вимірі. Гілея : зб. наук. пр. Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова, ВГО «Укр. акад. наук». Київ, 2018. Вип. 131. С. 405–411.
29. Павлов Д. М. Теорія політичної пропаганди Г. Лассвелла. Панорама політологічних студій : наук. вісн. РДГУ. Рівнен. держ. гуманітар. ун-т, Іст.-соціол. ф-т, Каф. політ. наук. Рівне, 2015. Вип. 13. С. 40–46.
30. Павлов Д. М. Політична пропаганда: до визначення поняття. Гілея: науковий вісник. 2013. Вип. 79. С. 328–331.
31. Полторац В. А., Стаднюк А. Г. Пропаганда та її місце в процесі ведення інформаційних війн. Основні форми пропагандистського впливу. Епістемологічні дослідження у філософії, соціальних і політичних науках. 2020. Т. 3, № 1. С. 126–138.
32. Стадник А. Г. Використання пропаганди в процесі інформаційних війн: її сутність, механізми і технології впливу на громадську думку. Грані : наук.-теорет. і громад.-політ. альм. Дніпров. нац. ун-т ім. Олеся Гончара, Центр соц.-політ. дослідж. Дніпро, 2017. Т. 20, № 5. С. 10–15.
33. Стадник А. Г. Засоби пропаганди та інформаційна зброя в сучасній інформаційній війні. Перспективи. 2016. № 1. С. 112–121.
34. Туранський М. Пропагандистська кампанія Росії у підготовці до анексії Кримського півострова. Військово-історичний меридіан. Електронний науковий фаховий журнал. До історії сучасних інформаційних війн. 2017. № 17. С. 67-80.
35. Хоменко Т. Пропагандистські пріоритети сучасного українського медіапростору. Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика:



- зб. наук. пр. Редкол.: Б. Потятиник (голов. ред.) та ін. Львів, 2015. Вип. 40. С. 305–312.
36. Хрестоматія з політології: навч. посібн. / упор. В. Ф. Смолянук, Н. В. Чубур. К : КНЕУ, 2014. 579 с.
37. Чубур Н., Манелюк Ю. Концепт ідеології: історична ретроспектива і сучасний дискурс. Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії. 2023. Випуск 47, с. 283-287
38. Шевців М. Б., Гончарук К. А. Пропаганда як соціально-правове явище: проблеми розуміння. Актуальні проблеми історико-правової та міжнародно-правової науки. Південноукраїнський часопис. 2019. Випуск 1. С. 119–122.  
URL:<http://www.sulj.oduvs.od.ua/archive/2019/1/31.pdf> (дата звернення:12.08.2024)
39. Шлапак Ю. Стратегічні комунікації як феномен: наукова дефініція. Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. Київ, 2021. Вип. 61. С. 28–39.
40. Яблонський В. М. Сфери гібридної війни. Світова гібридна війна: український фронт: монографія за заг. ред. В. П. Горбуліна. Київ: НІСД, 2017. 496 с.
41. Яблонський В.М., Бекешкіна І.Е., Гелетій М.М. Громадянське суспільство України: політика сприяння та залучення, виклики та трансформації: аналіт. доп. за заг. ред. О. А. Корнієвського, Ю. А. Тищенко, В. М. Яблонського. Київ: НІСД, 2019. 112 с.  
URL: [https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-12/dopov\\_gromad-suspilstvo\\_druk\\_04\\_12\\_2019.pdf](https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-12/dopov_gromad-suspilstvo_druk_04_12_2019.pdf)
42. Kenyon, Sherrilyn. *The Guardian*. St Martin's Press URL: <https://www.theguardian.com/europe>
43. Parsons T. Propaganda and Social Control. William Alanson White Psychiatric Foundation. 1942. 353 p. URL:

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00332747.1942.11022421> (дата звернення: 07.09.2024)

## СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ

44. Українська Правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/rus/>
45. Українська Правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/>
46. Українська Правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/eng/>

## ДОДАТКИ

### Додаток А

#### Вибірка

- *«Российская сторона требует от киевского режима немедленно прекратить всякую поддержку террористической деятельности, экстрадировать виновных и компенсировать пострадавшим ущерб».*
- *“The Russian side demands that the Kyiv regime immediately cease all support for terrorist activity, extradite guilty parties and compensate the victims for damages,” the ministry statement said.*

- *«Нарушение Украиной своих обязательств по антитеррористическим конвенциям приведет к ее привлечению к ответственности в международно-правовом плане».*
- *“Ukraine’s violation of its obligations under anti-terrorist conventions will result in it being held to account in international legal terms.”*
- *«Это злодеяние может быть лишь частью целой серии попыток тех, кто с 2014 года воюет с нашей страной руками неонацистского киевского режима».*
- *“This atrocity may be just one part in a whole series of attempts by those who have been at war with our country since 2014 by the hands of the neo-Nazi Kyiv regime.”*
- *«США пытаются убедить всех, что никаких следов Киева нет».*
- *“The US is trying to convince everyone that there is no Kyiv trace.”*
- *«Внимание – вопрос к Белому дому: вы уверены, что это ИГИЛ? Может, ты еще раз об этом подумаешь?»*
- *“Attention – a question to the White House: Are you sure it’s Isis? Might you think again about that?”*
- *"Це військові, цивільні, міжнародні гості — цим людям все одно.*
- *Russian forces “don’t care whether [targets] are military or civilians; whoever they are, whether they are international guests, these people don’t care”, Zelenskiy said.*
- *"Перший рік був просто виживанням, повним виживанням... Другий рік був стійкістю, опором... Третій рік буде вирішальним. Це рік викликів як внутрішніх, так і зовнішніх"*
- *“The first year was just survival, utter survival ... The second year was resilience, resistance ... The third year will be decisive. It’s a year of challenges from inside and outside.”*

- *Противник намагається активно розвивати наступ", - сказав речник командувача ЗСУ Дмитро Лиховий,*
- *The enemy is trying to actively develop its offensive," said Dmytro Lykhoviy*