

УДК 070.4 + 070.654.197

МАРКЕРИ СПЕЦПРОПАГАНДИСТСЬКОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ПЕРІОДУ ХОЛОДНОЇ ВІЙНИ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Анатолій Капелюшний

*Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: anatoliy.kapelyushnyy@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0001-8998-7857>*

Олександр Лічманов

*Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: oleksandr.lichmanov@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0009-0001-2017-3457>*

У статті проаналізовано маркери спецпропагандистського інструментарію, що застосовувався в період Холодної війни, геополітичного протистояння (1946–1991 рр.). З'ясовано основні компоненти цього інструментарію. Особливу увагу приділено використанню спецпропагандистського інструментарію в сучасному українському медійному дискурсі. Названо основні маркери, що вказують на застосування засобів з цього інструментарію в сучасних журналістських текстах.

Ключові слова: спецпропаганда, спецпропагандистський інструментарій, Холодна війна, медіадискурс, журналістський текст, жанрово-стильовий різновид тексту.

1. Актуальність та постановка проблеми.

Геополітичне протистояння між США та СРСР у другій половині ХХ століття супроводжувалося спецпропагандистськими інформаційно-психологічними операціями, характерними й для нинішніх гібридних війн¹. Варто зазначити, що багато методів, які сьогодні визначають як гібридні – від інформаційних «активних заходів» до використання проксі-сил – були розроблені та випробувані саме в період біполярного світу².

¹ Hoffman, F. G. (2007), *Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars*, VA, Potomac Institute for Policy Studies, Arlington, 72 p.

² Світова гібридна війна: український фронт: монографія (2017), за заг. ред. В. П. Горбуліна, НІСД, Київ, 496 с. https://shron1.chtyvo.org.ua/Horbulin_Volodymyr/Svitova_hibrydna_viina_ukrainskyi_front.pdf?PHPSESSID=dt8gqja5npu1a9gnpbjm2k6c1

Актуальність ретроспективного аналізу американських та радянських стратегій у цьому контексті є високою, оскільки розуміння коріння, еволюції та ефективності цих інструментів є ключем до розробки дієвих механізмів протидії сучасним загрозам. Особливо це стосується інформаційно-психологічних інструментів впливу на аудиторію, платформою для яких найчастіше тоді було радіо, тепер для маніпуляцій використовують цифрові медіа та соціальні мережі.

Мета наукової статті – проаналізувати особливості використання компонентів спецпропагандистського інструментарію в сучасному журналістському дискурсі та виявити маркери, які вказують на них.

Предмет дослідження полягає у з'ясуванні впливу спецпропагандистського інструментарію на сучасний український медійний дискурс.

Об'єкт дослідження – тексти сучасних українських публіцистів, оприлюднені на провідних новинних сайтах, які належать до «якісної» журналістики, – «Українська правда» та «Еспресо».

2. Теоретичне підґрунтя. Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Фундаментальні аспекти Холодної війни розкрито у працях Дж. Л. Геддіса³, Г. Кіссінджера⁴ та В. М. Зубка⁵. Концепцію «гібридної війни» розроблено провідними теоретиками, серед яких виокремлюємо таких, як Ф. Гоффман⁶, а в українському контексті – В. П. Горбулін⁷ та Н. І. Полторакова⁸.

Окремі спецпропагандистські інструменти, що є складниками гібридної війни, також стали предметом спеціалізованих досліджень: таємні операції КДБ та «активні заходи» проаналізовані К. Ендрю та В. Мітрохіним⁹, а також Т. Богхардтом¹⁰ на прикладі операції «Інфекція». Культурний вимір протистояння розкрито у працях Ф. С. Сондерс¹¹ та В. Л. Хіксона¹².

Аналіз останніх досліджень (2018–2025 рр.) свідчить про зміщення фокусу на інформаційний та медійний аспекти. Сучасні науковці С. Ажир і К. Валліант¹³ розглядають інформаційну війну в доктрині РФ як перманентний стратегічний процес,

³ Геддіс, Дж. Л. (2017), *Холодна війна: Історія однієї епохи*, вид-во «КМ-Букс», Київ, 360 с.

⁴ Кіссінджер, Г. (2004), *Дипломатія, Основи*, Київ, 891 с.

⁵ Zubok, V. M. (2007), *A Failed Empire: The Soviet Union in the Cold War from Stalin to Gorbachev*, University of North Carolina Press, Chapel Hill, 467 p.

⁶ Hoffman, F. G. (2007), *Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars*, VA, Potomac Institute for Policy Studies, Arlington, 72 p.

⁷ *Світова гібридна війна: український фронт: монографія* (2017), за заг. ред. В. П. Горбуліна, НІСД, Київ, 496 с. https://shron1.chtyvo.org.ua/Horbulin_Volodymyr/Svitova_hibrydna_viina_ukrainskyi_front.pdf?PHPSESSID=dt8gqja5npula9gnpbjm2k6cl

⁸ Полторакова, Н. І. (2016), “Гібридна війна’ як сучасний виклик міжнародній безпеці: теоретичний аспект”, *Вісник Львівського університету. Серія Міжнародні відносини*, вип. 39, с. 25–32.

⁹ Andrew, C., Mitrokhin, V. (1999), *The Sword and the Shield: The Mitrokhin Archive and the Secret History of the KGB*, Basic Books, New York, 700 p.

¹⁰ Boghardt, T. (2009), “Operation INFEKTION: Soviet Bloc Intelligence and Its Active Measures”, *Studies in Intelligence*, vol. 53, no. 4, p. 1–24.

¹¹ Saunders, F. S. (2000), *The Cultural Cold War: The CIA and the World of Arts and Letters*, The New Press, New York, 509 p.

¹² Hixson, W. L. (1997), *Parting the Curtain: Propaganda, Culture, and the Cold War, 1945-1961*, St. Martin's Press, New York, 304 p.

¹³ Ajir, S., Vailliant, K. (2018), “Russia’s Military Doctrine and Information Warfare: A Perpetual Strategic Tool”, *Journal of Strategic Studies*, vol. 41, p. 101–125.

що функціонує навіть за відсутності конвенційного конфлікту. Дослідження І. Чуранової¹⁴ та аналітичні звіти SIGI підкреслюють, що гібридна війна інтегрувала новітні цифрові технології та штучний інтелект (AI) для генерації «дипфейків» та маніпуляції громадською думкою, що є прямою еволюцією радянських спецпропагандистських практик. У цьому контексті масмедіа перетворилися на новий тип зброї, лише підкресливши еволюційний зв'язок між інформаційно-психологічними спецпропагандистськими інструментами часів Холодної війни та сучасними цифровими інформаційними операціями.

3. Методологічна основа дослідження.

Дослідження базується на комплексі загальнонаукових та спеціальних методів:

- Системний підхід дозволив розглянути геополітичне протистояння як складну систему взаємопов'язаних гібридних інструментів, зокрема й спецпропагандистських.
- Компаративний метод застосовано для прямого зіставлення спецпропагандистського інструментарію часів Холодної війни та застосування його компонентів у сучасних медіа.
- Історико-генетичний метод використано для простеження еволюції інструментів спецпропаганди.
- Контент-аналіз наукових праць та сучасного медіадискурсу був ключовим у з'ясуванні впливів спецпропагандистського інструментарію на сучасні медіатексти.
- Методи аналізу й синтезу та дедукції застосовано для розгляду конкретних текстів та формування узагальнювальних висновків щодо використання спецпропагандистського інструментарію в сучасному українському медійному дискурсі.

4. Виклад основного матеріалу дослідження.

Спецпропагандистський інструментарій, що досі якоюсь мірою справляє вплив на український медійний дискурс, базується переважно на двох джерелах: на діяльності армійських підрозділів спецпропаганди часів Другої світової війни й на досвіді спецпідрозділів інформаційно-психологічних операцій у геополітичному протистоянні періоду Холодної війни. Геополітичне протистояння 1946–1991 рр. було визначене біполярною архітектурою світу та доктриною «стримування» (Containment)¹⁵, яку сформулював Дж. Кеннан. В умовах ядерного паритету, конфронтацію було перенесено в «сіру зону» – у простір, де військова сила поєднується не лише з економічними, політичними, а й з інформаційними складниками¹⁶.

Радянську спецпропагандистську інформаційну війну централізував та жорстко контролював КДБ, використовуючи термін «активні заходи» (активные мероприятия). Американська гібридна модель базувалася на тріаді «економіка – технології – м'яка сила», тоді як радянська – на тріаді «ідеологія – спецслужби – військово-проксі». Стратегічна перевага США полягала в тому, що її «м'яка сила» та економіч-

¹⁴ Churanova, I. (2024), "The AI Factor in Russian Hybrid Warfare: From Disinformation to Deepfakes", *International Security Review*, vol. 15, no. 3, p. 45–60.

¹⁵ Вовк, Р. В. (2015), "Еволюція зовнішньої політики США: від «стримування» до «розширення»", *Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини*, вип. 37, ч. 2, с. 65–73.

¹⁶ Hoffman, F. G. (2007), *Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars*, VA, Potomac Institute for Policy Studies, Arlington, 72 p.; Кадоб'янський, П. О. (2017), "Інформаційно-психологічні операції як інструмент зовнішньої політики США та СРСР в період Холодної війни", *Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини*, вип. 42, с. 112–120.

на привабливість створили стійку систему, тоді як централізована та заідеологізована радянська стратегія виявилася крихкою та призвела до системного виснаження.

Сучасна агресія рф демонструє пряму спадковість радянських «активних заходів», але з використанням новітніх технологій. з метою підризу довіри до демократичних інститутів¹⁷. Кіберсфера стала новим полем для промислового шпигунства та дезінформаційних кампаній, де використання штучного інтелекту (AI) дозволяє генерувати «дипфейки» та посилювати дезінформацію в безпрецедентних масштабах¹⁸.

Підсумовуючи приклади спецпропагандистських вкидів, заходів, кампаній, інформаційних спецоперацій, назвемо й основний, за нашими спостереженнями, тодішній спецпропагандистський інструментарій (без урахування традиційних чотирьох методів спецпропаганди, що увійшли в підручники):

- тенденційний добір відфільтрованих фактів, переважання позитивних фактів про свою діяльність і негативних – про діяльність противника;
- домінування емоційно-оцінних структур у тексті над раціонально-логічними;
- подання одиничних, випадкових фактів як типових з наступним створенням на цій основі наративів, що мають утвердити громадськість держави-противника в думці, нібито саме це явище є панівним у житті країни;
- спершу створення потрібних наративів – уможлядно, безпідставно, базуючись лише на якихось вигаданих вадах противника, – а вже потім підшукування, штучне добирання до них фактів;
- наведення думок відомих людей, моральних авторитетів, інфлюенсерів, селебриті або з невеликою правкою (можливо, навіть в одну літеру), або виголошених із зовсім іншого приводу;
- роздобування за допомогою психологічного тиску або підкупу потрібної думки, цитати від цих людей;
- створення фейкових новин, повідомлень, дипфейків, сцен-постановок і часте повторення їх у різних джерелах для того, щоб переконати аудиторію в їх правдивості;
- навішування ярликів на всіх незгодних, на тих, хто не дотримується їхніх поглядів (усіх опонентів, наприклад, називають фашистами, нацистами, терористами);
- применшення досягнень противника й перебільшування власних успіхів;
- підміна тези або плавне переведення розмови з невігідної теми (наприклад, про те, де противника має успіхи) на вигідну (де противник має лише поразки).

На наш погляд, саме з таким інструментарієм спецпропаганди завершилася ера глобального протистояння в біполярному світі, протистояння часів Холодної війни. Ясна річ, що нинішня російська спецпропаганда широко використовує цей інструментарій, щедро запозичуючи методи й засоби переважно в колишніх радянських спецслужб.

Проте не можемо не зауважити й вплив деяких методів спецпропаганди на журналістику. Звісно, насамперед на українську, бо виникають сумніви щодо того,

¹⁷ Ajir, S., Vaillant, K. (2018), "Russia's Military Doctrine and Information Warfare: A Perpetual Strategic Tool", *Journal of Strategic Studies*, vol. 41, p. 101–125.

¹⁸ Churanova, I. (2024), "The AI Factor in Russian Hybrid Warfare: From Disinformation to Deepfakes", *International Security Review*, vol. 15, no. 3, p. 45–60.

чи є взагалі журналістика в сучасній росії. А що є в ній точно, так це саме пропаганда й спецпропаганда.

Найперше, що впадає в око, так це те, що, на відміну від спецпропаганди, українська журналістика розраховує свій вплив не на «війська й населення противника», а в найкращому випадку на всіх, але здебільшого все-таки на внутрішню аудиторію. Проте й сучасні українські журналісти інколи використовують інструменти спецпропаганди. Зрозуміло, що здебільшого це спричинено суто воєнною мотивацією. Набагато менш популярним був спецпропагандистський інструментарій у медійному середовищі України довоєнного часу.

Використання спецпропагандистського інструментарію в сучасному українському медійному дискурсі має низку специфічних рис. Насамперед частота його застосування чи незастосування взагалі найбільшою мірою пов'язана з двома чинниками.

Перший такий чинник – це специфічні риси, спричинені жанрово-стильовим різновидом дискурсу. Найчастіше окремі засоби спецпропагандистського інструментарію пов'язують із офіційно-інформативним різновидом тексту воєнної тематики. Причому тематика тут не відіграє визначальної ролі. Просто такі тексти здебільшого мають одним зі своїх завдань дезорієнтацію противника. Переважно для таких текстів дібрано фактичний матеріал, що в найкращому вигляді виставляє представників і підрозділи своїх військ. Негативні ж факти замовчують. Наприклад розглянемо офіційно-інформативний текст з «Української правди» за 28 листопада 2025 року «Росіяни атакували Покровський і ще два напрямки фронту понад 100 разів – Генштаб», автором якого є Станіслав Погорілов: «За минулу добу на фронті відбулося 247 бойових зіткнень, найгарячіша ситуація – на Покровському напрямку, який росіяни штурмували 59 разів. Також ворог атакував Лиманський і Костянтинівський напрямки загалом 60 разів.

Джерело: зведення Генштабу ЗСУ».

І далі перелічено докладно відомості про бойові дії на кожному з 14 напрямків. Автор завершує розповідь фразою: «Воїни ЗСУ завдають окупаційним військам відчутних втрат у живій силі та техніці й активно підривають наступальний потенціал ворога у тилу» (УП, 2025, 28 листопада).

Тут ідеться лише про перемоги ЗСУ цього дня. І жодного слова немає про будь-який негатив у діяльності наших частин чи підрозділів, про будь-які проблеми.

Найбільша кількість випадків використання елементів спецпропагандистського інструментарію припадає на інформаційні різновиди текстів, значно менша – на аналітичні.

Другим чинником, що найпомітніше впливає на застосування спецпропагандистського інструментарію в сучасному українському медійному дискурсі є особистість автора, його творча манера. Звісно, будь-який автор надає перевагу тому чи тому жанрово-стильовому різновиду. Та й сам фактологічний матеріал підштовхує журналіста до того, щоб він надав перевагу якомусь певному різновидові тексту, проте все одно риси творчої особистості автора домінують тут над будь-якими іншими частковими, а часом і над випадковими факторами.

Характерним щодо цього є експресивно-публіцистичний текст Віталія Портникова «Війна як ракова пухлина» (Еспресо, 2025, 12 жовтня): «І от ви кажете: є ракова пухлина, її треба вилікувати, потрібна хіміотерапія, якісь агресивні ліки. Інакше

воно буде поширюватися. А хворий вам каже: «Треба бути дуже обережним, бо невідомо, як подіє хімієтерапія, невідомо, як подіють агресивні ліки, може бути тільки гірше». Давайте, мовляв, поп'ємо настоянки й подивимося.

У результаті з'являються метастази. Це історичний процес. Війна починає поширюватися на інші території. Особливо, коли вона перебуває – у воєнному плані – в глухому куті.

Путін не може окупувати територію України. Що, він сам цього не бачить? Бачить, звісно. Як виходити з глухого кута, з погляду агресора? Поширювати війну на більшу територію. Показувати союзникам ворога, що їм може бути гірше, якщо вони не припинять надавати допомогу» (Еспресо, 2025, 12 жовтня).

Багато що пояснює тут покликання на одну з попередніх публікацій Віталія Портникова: «**Читайте також:** Програючи в Україні, Путін відіграється на Європі». Ми починаємо розуміти, що це загальна концепція автора. Загальна теза, щодо якої цей текст є лише одним з аргументів на її підтвердження.

Прикінцеве зауваження автора переносить наголос на те, що будь-якому авторі приємно, коли його передбачення справджуються, його прогнози збуваються: «Тож це абсолютно нормальний процес – глобалізації великої війни. Це те, про що я говорив у 2022 році: якщо цю війну швидко не зупинити, вона перекинеться на інші території, обов'язково» (Еспресо, 2025, 12 жовтня).

Щоправда цей прогноз ще не справдився, але автор гадає, що вже справдився.

Якщо говорити про фактологічну базу дискурсу Віталія Портникова, то неодмінно розумієш, що вона є типовою для його журналістських виступів, і звісно, аналітичних. І загалом Віталій Портников чи не найвідоміший український політичний аналітик, лавреат Національної премії України імені Тараса Шевченка в галузі журналістики. Ми аж ніяк не можемо віднести його тексти до інформаційно-аналітичного різновиду, адже в жодному разі їх метою не є інформування аудиторії про якісь факти чи події. У наведеному вище фрагменті тексту також навіть натяків на якісь уже відомі публіці факти чи події немає. Автор базується на узагальнених мало не до абстракції фактах. Причому прямого покликання в тексті, власне, й на такі узагальнені факти немає. А є здогади й висновки автора з цих узагальнених фактів, які й узагальнив-то переважно сам автор. Але все одно читачі розуміють, що все це – правда. І це навіть не питання художньої чи публіцистичної віри, довіри до журналіста. Так, журналіст переконливий, логічно послідовний у своїх роздумах, і читач здебільшого доходить висновку, що він так само, як і автор, думає чи просто так само відчуває ці події та явища. Але й не тільки це. Переважно аудиторія Віталія Портникова знає про його попередні публіцистичні виступи. Якщо сама їх не читала, то чула відгуки про них. І знає, що здебільшого журналіст мав рацію у своїх висновках і прогнозах.

Якщо дуже прискіпливо почати препарувати кожен з таких аналітико-експресивно-публіцистичних структур, якщо мати на меті з усією силою своєї упевненості неодмінно спростувати твердження й передбачення Віталія Портникова, то зробити це буде не дуже й складно, але вже через кілька місяців, а то й тижнів виявиться, що саме він мав рацію. Тому окремі засоби зі спецпропагандистського інструментарію, які нібито виявимо в дискурсі Віталія Портникова, можна буде вже кваліфікувати інакше. До речі, Віталій Портников закінчив факультет журналістики московського держуніверситету в період Холодної війни й здобув військово-облікову спеціальність «Спецпропаганда».

Зовсім інше ставлення до засобів зі спецпропагандистського інструментарію в дискурсі Богдана Буткевича. Наприклад, в експресивно-публіцистичному тексті «Записи Віткоффа-Дмитрієва-Ушакова злили росіяни» (Еспресо. 2025. 26 листопада) використано й конкретний факт, і конспірологічні припущення самого автора. Текст наскрізь суб'єктивний. Дискурс Богдана Буткевича базується на конкретних фактах, але автор щедро долучає до них авторську уяву, домисел:

«Оскільки на всіх розмовах присутній Ушаков, логічно припустити, що слухали саме його [припущення – А.К.]»

І слухали саме російські спецслужби. Тому **впевнений на 99 %, що злили – теж** [припущення – А.К.]»

Точніше, їх так звана «партія війни». Яка бачить небезпеку в можливому успіху угруповання, яке представляє Дмитрієв. І піднесенні самого Дмитрієва в такому разі [припущення – А.К.]»

Ця умовна «партія війни» не хоче зупинки війни, бо під її тлом вони проводять гігантський перерозподіл активів. Забираючи заводи й пароплави у тих, хто далі від Путіна. А гроші на війну потрібні. Тому наразі ріжуть «кормленіє» у всіх хоч трохи не лояльних чи не зі своєї клієнтелі [припущення – А.К.]»

Ось звідки масові випадіння з вікон і дивні самогубства чиновників, директорів компаній та депутатів [факт – А.К.]»

Це не означає, що в ращі є «партія миру» [припущення – А.К.]»

Просто умовні ліберал-чекісти, з-поміж яких Дмитрієв, хочуть трощечки менше відкритої війни, щоб підтягти економіку. Ото і вся різниця [припущення – А.К.] (Еспресо, 2025, 26 листопада).

Завершує цей один факт і низку авторських припущень покликання на суто спецпропагандистську заспокійливу для української аудиторії тезу-прогноз очільника Головного розвідувального управління Міністерства оборони України Кирила Буданова: «Тож, я тут погоджуся з оцінкою керівника ГУР Буданова. **Вікно можливостей для реальних домовленостей – лютий**» (Еспресо, 2025, 26 листопада).

Текст цікаво читати, бо яскрава вигадка завжди цікавіша за невиразну, сіру реальність. Авторіві хочеться вірити, бо прогнози Богдана Буткевича сприятливі для України й для кожного читача зокрема, адже аудиторія цього автора – люди, які дбають про незалежну, суверенну, демократичну українську державу. Але водночас читачі розуміють: все це лише думка автора, його припущення.

І суб'єктивний Богдан Буткевич, й об'єктивний Віталій Портников вдаються тією чи тією мірою до використання окремих компонентів спецпропагандистського інструментарію, проте насправді ця міра різна. Незважаючи на воєнний стан, який спонукає до використання таких часто прямолінійних, відвертих і нерідко спеціально експлікованих у тексті спецпропагандистських засобів, їх усе одно набагато менше в сучасному українському медіадискурсі, ніж можна було б припустити. На нашу думку, це саме тому, що такий медіадискурс розрахований насамперед не на «війська й населення противника», а на внутрішньоукраїнську аудиторію. А якраз ця аудиторія найчастіше обізнана з реальними фактами, її не ошукаєш спецпропагандистськими вигадками про біолабораторії, отруйних комарів, жахливих «бендерівців», розп'ятого «мальчика в трусіках», винищених снігурів кольору прапора РФ тощо. Цій аудиторії треба говорити правду. Після Помаранчевої революції, Революції Гідності, після АТО й ООС, повномасштабного російського вторгнення залиша-

ється небагато шансів на довіру в того автора, який вдаватиметься до «випробуваних» і колись «ефективних» інструментів спецпропаганди. На відміну, до речі, від російської й західноєвропейської авдиторії, на яку ці інструменти поки що впливають. Проте все залежить вирішальною мірою (як ми вище говорили про особистість автора тексту, так і тут) від індивідуального сприйняття кожного читача.

На використання засобів зі спецпропагандистського інструментарію періоду Холодної війни в сучасному українському медіадискурсі вказують переважно такі маркери: тенденційний добір відфільтрованих фактів, переважання позитивних фактів про свою діяльність і негативних – про діяльність противника; домінування емоційно-оцінних структур у тексті над раціонально-логічними; спершу створення потрібних наративів – умоглядно, безпідставно, базуючись лише на якихось вигаданих вадах противника, – а вже потім підшукування, штучне добирання до них фактів. Є й деякі часто повторювані в окремого автора, тобто суто індивідуально-авторські прийоми на кшталт відштовхування від конкретного факту й наступний перехід у сферу власної фантазії й припущень (як у Богдана Буткевича) чи видавання прогнозу, нерідко суто інтуїтивного, який, проте, базується на відомій лише авторові логіці (як у Віталія Портникова) тощо. Але їх не можна вважати маркерами спецпропагандистського інструментарію вищезгаданого періоду.

5. Результати і перспективи подальших досліджень

Практичне значення одержаних результатів полягає в поглибленому розумінні природи й походження деяких журналістських методів у сучасному медіадискурсі. Повернення до колишнього спецпропагандистського інструментарію в російському медійному дискурсі спричинене насамперед особливостями праці в масмедіа рф. Це не журналістська, а спецпропагандистська діяльність. В українських масмедіа помітні лише окремі спецпропагандистські ремінісценції

Надалі, гадаємо, варто варто пильнішу увагу під час досліджень приділяти саме психологічним засадам сприймання журналістського тексту. Варто зосередити увагу на еволююванні колишніх спецпропагандистських методик інформаційно-психологічного впливу в українському масмедійному дискурсі.

6. Висновки

Провівши дослідження маркерів спецпропагандистського інструментарію періоду Холодної війни в сучасному українському медійному дискурсі, доходимо таких висновків:

1. Спецпропагандистський інструментарій періоду Холодної війни налічує низку засобів, які за їх виявлення в сучасному українському медіадискурсі стають маркерами належності до цього інструментарію. Це насамперед такі засоби-маркери: тенденційний добір відфільтрованих фактів, переважання позитивних фактів про свою діяльність і негативних – про діяльність противника; домінування емоційно-оцінних структур у тексті над раціонально-логічними; подання одиничних, випадкових фактів як типових з наступним створенням на цій основі наративів, що мають утвердити громадськість держави-противника в думці, нібито саме це явище є панівним у житті країни; спершу створення потрібних наративів – умоглядно, безпідставно, базуючись лише на якихось вигаданих вадах противника, – а вже потім підшукування, штучне добирання до них фактів; наведення думок відомих людей, моральних авторитетів, інфлюенсерів, селебриті або з невеликою правкою (можливо, навіть в одну літеру), або виголошених із зовсім іншого приводу; роздобування

за допомогою психологічного тиску або підкупу потрібної думки, цитати від цих людей; створення фейкових новин, повідомлень, дипфейків, сцен-постановок і часте повторення їх у різних джерелах для того, щоб переконати аудиторію в їх правдивості; навішування ярликів на всіх незгодних, на тих, хто не дотримується їхніх поглядів (усіх опонентів, наприклад, називають фашистами, нацистами, терористами); применшення досягнень противника й перебільшування власних успіхів; підміна тези або плавне переведення розмови з невігідної теми (наприклад, про те, де противник має успіхи) на вигідну (де противник має лише поразки).

2. Використання спецпропагандистського інструментарію в сучасному українському медійному дискурсі має низку специфічних рис. Насамперед частота його застосування чи незастосування взагалі найбільшою мірою пов'язана з двома чинниками. Перший такий чинник – це специфічні риси, спричинені жанрово-стильовим різновидом дискурсу. Найчастіше окремі засоби спецпропагандистського інструментарію пов'язують із офіційно-інформативним різновидом тексту воєнної тематики. Причому тематика тут не відіграє визначальної ролі. Просто такі тексти переважно мають одним зі своїх завдань дезорієнтацію противника. Переважно для таких текстів дібрано фактичний матеріал, що в найкращому вигляді виставляє представників і підрозділи своїх військ. Негативні ж факти замовчують.

3. Другим чинником, що найпомітніше впливає на застосування спецпропагандистського інструментарію в сучасному українському медійному дискурсі є особистість автора, його творча манера. Звісно, будь-який автор надає перевагу тому чи тому жанрово-стильовому різновиду. Та й сам фактологічний матеріал підштовхує журналіста до того, щоб він надав перевагу якомусь певному різновидові тексту, проте все одно риси творчої особистості автора домінують тут над будь-якими іншими частковими, а часом і над випадковими факторами.

4. Незважаючи на воєнний стан, який спонукає до використання таких часто прямолінійних, відвертих і нерідко спеціально експлікованих у тексті спецпропагандистських засобів, їх усе одно набагато менше в сучасному українському медіадискурсі, ніж можна було б припустити. На нашу думку, це саме тому, що такий медіадискурс розрахований насамперед не на «війська й населення противника», а на внутрішньоукраїнську аудиторію.

5. На використання засобів зі спецпропагандистського інструментарію періоду Холодної війни в сучасному українському медіадискурсі вказують переважно такі маркери: тенденційний добір відфільтрованих фактів, переважання позитивних фактів про свою діяльність і негативних – про діяльність противника; домінування емоційно-оцінних структур у тексті над раціонально-логічними; спершу створення потрібних наративів – уможлядно, безпідставно, базуючись лише на якихось вигаданих вадах противника, – а вже потім підшукування, штучне добирання до них фактів. Є й деякі часто повторювані в окремого автора, тобто суто індивідуально-авторські прийоми. Але їх не можна вважати маркерами спецпропагандистського інструментарію вищезгаданого періоду.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Вовк, Р. В. (2015), “Еволюція зовнішньої політики США: від «стримування» до «розширення»”, *Вісник Львівського університету, Серія: Міжнародні відносини*, вип. 37, ч. 2, с. 65–73.
2. Геддіс, Дж. Л. (2017), *Холодна війна: Історія однієї епохи*, вид-во «КМ-Букс», Київ, 360 с.
3. *Світова гібридна війна: український фронт: монографія* (2017), за заг. ред. В. П. Горбуліна, НІСД, Київ, 496 с. https://shron1.chtyvo.org.ua/Horbulin_Volodymyr/Svitova_hibrydna_viina_ukrainskyi_front.pdf?PHPSESSID=dt8gqja5npula9gnpbjm2k6cl
4. Кадоб'янський, П. О. (2017), “Інформаційно-психологічні операції як інструмент зовнішньої політики США та СРСР в період Холодної війни”, *Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини*, вип. 42, с. 112–120.
5. Кіссінджер, Г. (2004), *Дипломатія, Основи*, Київ, 891 с.
6. Полторакова, Н. І. (2016), “‘Гібридна війна’ як сучасний виклик міжнародній безпеці: теоретичний аспект”, *Вісник Львівського університету. Серія Міжнародні відносини*, вип. 39, с. 25–32.
7. Ajir, S., Vailliant, K. (2018), “Russia’s Military Doctrine and Information Warfare: A Perpetual Strategic Tool”, *Journal of Strategic Studies*, vol. 41, p. 101–125.
8. Andrew, C., Mitrokhin, V. (1999), *The Sword and the Shield: The Mitrokhin Archive and the Secret History of the KGB*, Basic Books, New York, 700 p.
9. Boghardt, T. (2009), “Operation INFEKTION: Soviet Bloc Intelligence and Its Active Measures”, *Studies in Intelligence*, vol. 53, no. 4, p. 1–24.
10. Churanova, I. (2024), “The AI Factor in Russian Hybrid Warfare: From Disinformation to Deepfakes”, *International Security Review*, vol. 15, no. 3, p. 45–60.
11. Hixson, W. L. (1997), *Parting the Curtain: Propaganda, Culture, and the Cold War, 1945-1961*, St. Martin’s Press, New York, 304 p.
12. Hoffman, F. G. (2007), *Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars*, VA, Potomac Institute for Policy Studies, Arlington, 72 p.
13. Saunders, F. S. (2000), *The Cultural Cold War: The CIA and the World of Arts and Letters*, The New Press, New York, 509 p.
14. Zubok, V. M. (2007), *A Failed Empire: The Soviet Union in the Cold War from Stalin to Gorbachev*, University of North Carolina Press, Chapel Hill, 467 p.

REFERENCES

1. Vovk, R. V. (2015), “Evolutsiia zovnishnoi polityky SShA: vid «strymuvannia» do «rozshyrennia»”, *Visnyk Lvivskoho universytetu, Serii: Mizhnarodni vidnosyny*, vyp. 37, ch. 2, s. 65–73.
2. Heddis, Dzh. L. (2017), *Kholodna viina: Istoriia odniei epokhy*, vyd-vo «KM-Buks», Kyiv, 360 s.
3. *Svitova hibrydna viina: ukrainskyi front: monohrafiia* (2017), za zah. red. V. P. Horbulina, NISD, Kyiv, 496 s. https://shron1.chtyvo.org.ua/Horbulin_Volodymyr/Svitova_hibrydna_viina_ukrainskyi_front.pdf?PHPSESSID=dt8gqja5npula9gnpbjm2k6cl

4. Kadobianskyi, P. O. (2017), “Informatsiino-psykholohichni operatsii yak instrument zovnishnoi polityky SShA ta SRSR v period Kholodnoi viiny”, *Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii: Mizhnarodni vidnosyny*, vyp. 42, s. 112–120.
5. Kissindzher, H. (2004), *Dyplomatiia*, Osnovy, Kyiv, 891 s.
6. Poltorakova, N. I. (2016), “‘Hibrydna viina’ yak suchasnyi vyklyk mizhnarodnii bezpetsi: teoretychnyi aspekt”, *Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii Mizhnarodni vidnosyny*, vyp. 39, s. 25–32.
7. Ajir, S., Vailliant, K. (2018), “Russia’s Military Doctrine and Information Warfare: A Perpetual Strategic Tool”, *Journal of Strategic Studies*, vol. 41, p. 101–125.
8. Andrew, C., Mitrokhin, V. (1999), *The Sword and the Shield: The Mitrokhin Archive and the Secret History of the KGB*, Basic Books, New York, 700 p.
9. Boghardt, T. (2009), “Operation INFEKTION: Soviet Bloc Intelligence and Its Active Measures”, *Studies in Intelligence*, vol. 53, no. 4, p. 1–24.
10. Churanova, I. (2024), “The AI Factor in Russian Hybrid Warfare: From Disinformation to Deepfakes”, *International Security Review*, vol. 15, no. 3, p. 45–60.
11. Hixson, W. L. (1997), *Parting the Curtain: Propaganda, Culture, and the Cold War, 1945-1961*, St. Martin’s Press, New York, 304 p.
12. Hoffman, F. G. (2007), *Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars*, VA, Potomac Institute for Policy Studies, Arlington, 72 p.
13. Saunders, F. S. (2000), *The Cultural Cold War: The CIA and the World of Arts and Letters*, The New Press, New York, 509 p.
14. Zubok, V. M. (2007), *A Failed Empire: The Soviet Union in the Cold War from Stalin to Gorbachev*, University of North Carolina Press, Chapel Hill, 467 p.

MARKERS OF SPECIAL PROPAGANDA TOOLS FROM THE COLD WAR PERIOD IN THE MODERN UKRAINIAN MEDIA DISCOURSE

Anatoliy Kapelyushnyi

Ivan Franko National University of Lviv
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044
e-mail: anatoliy.kapelyushnyy@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0001-8998-7857>

Oleksandr Lichmanov

Ivan Franko National University of Lviv
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044
e-mail: oleksandr.lichmanov@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0009-0001-2017-3457>

The article analyses the markers of the special propaganda toolkit used during the Cold War and geopolitical confrontation (1946–1991). The main components of this toolkit are identified. Special attention is paid to the use of special propaganda tools in modern Ukrainian media discourse. The main markers indicating the use of tools from this toolkit in modern journalistic texts are named.

The purpose of the scientific article is to analyse the features of the use of components of special propaganda tools in modern journalistic discourse and to identify markers that indicate them. The subject of the study is to clarify the influence of special propaganda tools on modern Ukrainian media discourse. The object of the study is the texts of modern Ukrainian publicists published on leading news websites that belong to ‘quality’ journalism – ‘Ukrainian Truth’ and ‘Espresso’.

The practical significance of the results obtained lies in the in-depth understanding of the nature and origin of some journalistic methods in modern media discourse. The return to the former special propaganda tools in Russian media discourse is caused primarily by the peculiarities of work in the Russian mass media. This is not journalistic, but a special propaganda activity. Only isolated special propaganda reminiscences are noticeable in the Ukrainian mass media. In the future, we believe, it is worth paying closer attention during research to the psychological principles of perceiving journalistic texts.

The use of special propaganda tools in modern Ukrainian media discourse has a number of specific features. First of all, the frequency of its use or non-use in general is largely related to two factors. The first factor is the specific features caused by the genre-style variety of discourse. The second factor that most noticeably influences the use of special propaganda tools in modern Ukrainian media discourse is the author’s personality and his creative style.

Keywords: special propaganda, special propaganda tools, Cold War, media discourse, journalistic text, genre-style type of text, creative personality.

Отримано редакцією видання / Received: 11.12.2025

Прорецензовано / Revised: 17.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication’s website: 29.01.2026