

Ален Бобров

# ПРОПАГАНДА 2023

ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ  
ПІД ЧАС РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ

Харків  
«Фоліо»  
2023

---

# КОМУНІКАЦІЯ ПІД ЧАС ВІЙНИ

## ЗАМІСТЬ ВСТУПНОГО СЛОВА

24 лютого 2022 року Росія завдала підступних ударів. Я прокинувся через глухі звуки. Разом із вибухами в конвульсіях бився телефон. Безмежна кількість повідомлень сипалася в чаті комунікаційників одного з найбільших відомств країни сектору безпеки та оборони.

*«Вторгнення почалося. Щойно були удари ракет по центрах військового управління, аеродромах, військових складах...»* — увірвалося перше повідомлення того, хто раніше за всіх дізнався про події.

Треба включатися в роботу й відправити рідних у безпечне місце. Повідомлення продовжували сипатися, наче черга з кулемета. А в голові — невідступне запитання: невже почалася війна? По більшій частині території країни відбувалося широкомасштабне вторгнення.

*«Всім ставити в себе на сайти інформацію! Обов'язково — з перекладом на англійську!»* — лунало в чаті.

Неважливо, знаєш ти англійську чи ні, треба було хутко перекладати інформацію, навіть через онлайн перекладачі. На добір синонімів, метафоричність висловів, на що раніше звертали увагу, тепер не зважали. Головне — оперативне інформування. Це журналістика вимагає точності, а пропаганді потрібна швидкість.

За декілька хвилин з'явилися перші повідомлення в соціальних мережах:

**«Державний кордон України піддався атаці російських військ з боку РФ та РБ. Близько 05:00 державний кордон України на ділянці з Російською Федерацією піддався атаці з боку російських військ, що підтримуються Білоруссю. Атаки на прикордонні підрозділи, прикордонні наряди та пункти пропуску відбуваються із застосуванням артилерії, важкої техніки та стрілецької зброї. Це відбувається в межах Луганської, Сумської, Харківської, Чернігівської та Житомирської областей. Крім того, атака відбувається з ТОВ АР Крим. Фіксується робота диверсійно-розвідувальних груп противника. Залежно від ситуації на ділянках кордону прикордонники разом зі Збройними Силами України та Національною гвардією України ведуть вогонь по ворогу.**

*Щодо поранень серед охоронців кордону інформація уточнюється».*

Ворог ліз в Україну звідусіль. Масштаби «стрибаючого мангуста» ускладнювали комунікацію. Наче гірська річка під час паводка, інформація неслася до наших структурних підрозділів. У цьому потоці сипалися повідомлення про все нові порушення звичаїв війни. Виокремити щось головне було важко, бо важливим було все.

Тим часом люди, наче спрагли, ковтали всі повідомлення, які з'являлися щохвилини. Новинарі із спринтерською швидкістю повідомляли про масштаби вторгнення, наче щоразу влучаючи в ціль, а ціль — це наша свідомість. Бам, бам, бам, кожне слово змушувало все з більшою цікавістю припадати до екранів.

*«Україна під ударом, але наші Збройні Сили активно чинять опір росіянам...» — бам, бам, бам.*

Я визирнув у вікно й побачив, як сусіди чимдуж пакують свої валізи в машини й рушають у невідомому напрямку. Поряд із банкоматами вишикувалися довжелезні черги з охочих зняти залишки готівки. Усі світлофори своїм жовтим світлом слухняно підігрували пригніченій атмосфері спустошених вулиць. На аварійці стояли два авто, а поруч із ними водії марно очікували, що їхнє ДТП приїдуть оформлювати патрульні, — усі були залучені в значно важливіших справах.

У цей момент звуки вибухів, що доносилися з динаміків телевізора, відволікли мене. Бах, ба-бах, нова порція новин.

*«Уражаються військові об'єкти й у зв'язку з цим можлива загроза для цивільного населення...»* — бах.

У перші години конфлікту соціальні мережі ніби відійшли на другий план. Телевізор став кращим другом-інформатором, а радіо в машинах, що застигли на виїздах із міста, не замовкало. Але лише на перші години. Адже, як свідчать соціологічні опитування проведенні Київським міжнародним інститутом соціології, більшість українців (59 %) в умовах війни дізнаються новини із соцмереж, і 41 % з цього числа припадає на Telegram.

Під час широкомасштабного вторгнення спроби населення відвідати сайти офіційних відомств були приречені. Сайти не витримали потужної кібератаки.

Приблизно о 10-й ранку служби новин набрали першу порцію інформації. Журналісти знаходили в мережі все нові відео очевидців влучень ракет чи обстрілів. Цей контент обов'язково демонстрували по телебаченню. Наявна інформація наповнювала все новими подробицями вторгнення, які також озвучували. Саме тому ми отримали ефір, у якому переважали виключно негативні новини. Для нашої пропаганди розповіді про підступність ворога, його

безжальність, демонстрація його справжніх намірів, інформація про втрати з української сторони та масштаби наступу ворожих військ необхідні. Але вони, наче отрута, крапля за краплею негативно діють на бойовий дух народу. Здавалося, що країна не зможе відбити таку ворожу навалу. Здавалося, що країні настав кінець. Як із такої ситуації вийти — не було розуміння.

Відомство, в якому я був залучений до роботи, готувалося до війни з вечора, тому під час активної фази конфлікту на більшій частині території країни швидко віднайшлися в архівах «воєнізовані» відео, які створювали напередодні. В цих відео наші правоохоронці під потужну музику демонстрували свою міць, характер та силу під час планових військових навчань, які відбулися за декілька тижнів до вторгнення. Такі відео підбадьорювали українців майже з перших годин. Раніше також були підготовлені й інструкції, які пояснювали, що робити в критичних ситуаціях чи під час артобстрілу.

Головне завдання комунікації в надзвичайних ситуаціях — проінформувати суспільство з метою впливу на нього, задля зміни поведінкових моделей, щоб люди діяли самотужки найбезпечнішим чином для себе.

Однак вкрай важливим залишалось контролювати вихід негативної інформації. Мова про дозованість її надання, що згодом і сталося.

**Під час найактивніших бойових дій розумієш, що пропаганда не терпить правди. Правда стає витканою з брехні та ллється звідусіль. Правда стає важливою лише як додаткова можливість впливу. Правда, якщо й має бути, то лише нашою.**

Доки Україна формувала свою правду, ворог мав перевагу. У несформоване ставлення своїх громадян до подій, які ми іменували війною, він вкинув назву всього, що відбувається, — «спеціальна воєнна операція». Ворог почав, наче з тіста, ліпити громадську думку з перших повідомлень глави російської держави. Така наступальна ідеологічна диверсія створила установки сприйняття російської і несприйняття української пропаганди та критичного ставлення до неї.

О 05:30 за московським часом державні російські телеканали транслювали їхнього президента, який оголосив про початок «спеціальної воєнної операції», представивши у своїй хворобливій уяві це вторгнення як «денацифікацію» України, заявивши про «геноцид» на Донбасі. Як контрпропаганду Офіс Президента представив незаперечний факт, що родичі президента України, яку взялися «денацифікувати», були жертвами Голокосту.

Пізніше глава МЗС окупантів Сергій Лавров вдався до іншої контртези й заявив, що Адольф Гітлер мав

єврейську кров, а найзатятіші антисеміти, як правило, — євреї. Ізраїль обурився через такі заяви.

*«Він (президент Володимир Зеленський. — А. Б.) висуває аргумент: яка може бути нацифікація, якщо він єврей. Можу помилитися, але Гітлер теж мав єврейську кров. Це абсолютно нічого не означає. Мудрий єврейський народ каже, що **найзапекліші антисеміти, як правило, євреї**. «У сім'ї не без виродка», як у нас кажуть» (02.05.2022).*

Враховуючи, що від початку широкомасштабного вторгнення в Україну не було сформованої чіткої системи пропаганди або вона працювала погано, на відміну від ворожої, ми втратили цінний час. Згодом все ж жовто-блакитна пропаганда отримала системність і її злагодженість навіть можна буде простежувати.

Наприклад, уже через декілька днів війни в голів військових адміністрацій з'явилися власні телеграм-канали, а соціальні мережі місцевих суб'єктів владних повноважень та їхні телеграм-канали почали як один публікувати повідомлення від військового та військово-політичного керівництва держави.

Решта онлайн-ЗМІ також перебували в найтіснішій співпраці з представниками Офісу Президента. Це не буде воєнною цензурою, схожою на ту, яку застосовувала Росія, але те, що вони мовитимуть скоординовано, було цілком очевидно. ЗМІ радше будуть направлені на копіювання повідомлень і їхню екс-



прес-публікацію, аніж на перевірку фактів. Усі вони доповнювали свій контент класичними ідеями перекладання провини на ворога за початок війни й за те, що мирному народу доводиться брати зброю в руки, чим допомагали подолати психологічне несприйняття війни суспільством.

До війни урядовці й навіть президент робили спроби запевнити громадськість у тому, що все гаразд і можна будувати плани на літо. Указом від 14 лютого 2022 президент Володимир Зеленський призначив на 16 лютого нове свято — День єднання. І в цьому контексті, за вісім днів до початку війни, українські телеканали навіть об'єдналися для спільного марафону, зазначивши, що таке об'єднання важливе, як сказав міністр культури та інформаційної політики Олександр Ткаченко, бо *«говоритимуть на тему єднання та на тему наративів, які нашу країну допомагають об'єднувати»*. Хто б міг подумати, що ця репетиція не буде суцільним піаром влади, як її називали в мережі критики, а дійсно допоможе скоординувати зусилля й відпрацювати злагодженість, яка згодом, можливо, й допомогла швидко об'єднатися та почати спільний ефір довкола найбільшої загрози із часів незалежності України.

Офіційні відомства почали щогодини публікувати оперативні зведення. З'являлися регулярні звернення президента. Усі, хто давав інтерв'ю для ЗМІ, просили не панікувати. Але здається, що теза про необхідність

заспокоїтися лише більше бентежила й спонукала до хвилювання, адже після ударів по військових об'єктах в оперативних зведеннях з'явилася інформація про людські втрати. Наприклад, повідомлення одного з відомств станом на 9-ту ранку 24 лютого:

*«У Конопольському районі під обстріл потрапив автомобіль, унаслідок чого постраждала жінка з дитиною. О 08:36 в Одеській області в місті Подільську ВЧ 0173 бомбардування, 6 — загинув, 7 поранено, 19 безвісти зниклі. О 08:38 у місті Маріуполі Донецької області унаслідок обстрілу одна людина загинула, двоє поранено. У місті Кривий Ріг Дніпропетровської області — три удари по складах 17 танкової бригади, позиція бойового чергування 4608 Краснопілля, удар з БПЛА. Розбомбили міст через річку Інгулець».*

Звичайно, цю інформацію залюбки забирали ЗМІ і за старою звичкою «смакували» нею. Саме в ці моменти з'явилися перші грані пропаганди. Нам доведеться оборонятися. Жертва — ми, на нас напали й не залишили вибору, примусивши до війни.

Тимчасом ворожа пропаганда Міністерства оборони РФ запевняла, що цивільному населенню України нічого не загрожує, а жертва насправді — Росія, якій не залишили вибору. Разом із російською брехнею летіли ракети не лише у військові об'єкти, а й у будинки, де мешкало мирне населення. Кількість

жертв тоді було важко порахувати, але було зрозуміло, що вистояти проти таких масованих атак людям не вдасться.

Напередодні Першої світової війни чи не кожна з великих держав дотримувалася подібних тверджень, переконуючи своє населення у власній миролюбності та маніакальному прагненні до агресії саме сусідів. Німеччина, до слова, не була винятком.

Путінські прихвосні, типу Соловйова, Скабєєвої та ін., у своїх програмах цитували Едуарда Басуріна — воєнного злочинця, діяча терористичної організації ДНР:

*«Заява Києва про знищення цивільних об'єктів — брехня, знищуються лише військові об'єкти».*

На п'ятий місяць війни пролунали перші підрахунки. З понад 11 000 ударів російських військ уражено понад 300 військових об'єктів, а майже 19 000 уражень дісталися саме цивільним об'єктам.

Українське телебачення не є єдиним інформатором. З усіх шпарин просочується інформаційно-диверсійна армія агресора, яка намагається пояснити все, що відбувається, вдаючись до скопійованих темників, вигідними керівництву Кремля.

Це теза про те, що мирне населення не є ціллю і його не чіпають. Теза про те, що без участі Росії не зу-

пинилося б кровопролиття в Донецькій та Луганській областях. Про страшне насунання НАТО. Про те, що Росія тривалий час намагалася розв'язувати проблему дипломатичним шляхом. Що мова про захоплення України не йде. Ці тези продовжують накачувати й утримувати свідомість «масової людини» Росії в істеричному стані.

Усі ці тези, звичайно, — повна нісенітниця. Але вони демонструють, що під час просування стратегічних наративів простежуються певні принципи, за допомогою яких актори пояснюють свої дії, апелюючи до політичного дискурсу, історії, культурних норм та стратегії безпеки. Наводячи цю низку обставин, ворог пояснює свої дії як загрозу національній безпеці, на яку не можна не реагувати. Саме тому корисно спілкуватися із суспільством не лише про втрати та сухо повідомляти про здобутки ЗСУ, а й шукати героїв серед населення та військових, які віддано захищають традиційні цінності, інколи навіть ціною власного життя.

---

## ГЕРОЇЗАЦІЯ ГЕРОЇВ

Ще в мирний час я навідав свою бабусю в далекому селі на Закарпатті. Саме там історія радянського книговидання досі живе, адже книжки, надруковані в ті часи, нині добре слугують для розпалювання груби. І от, поміж такого розпалу, я помітив книгу, присвячену бойовим подвигам одного радянського солдата під час Другої світової. Я здув із неї пил та залишки тирси. На жаль, назви не пригадаю. На пожовклих цупких сторінках дрібними буквами в найменших подробицях змальовувалися звитяги простого солдата, який брав захищав свою батьківщину й сотнями знищував ворожих вояків. Художнє змальовування образу героїв «живим словом» набувало на цих сторінках великого значення. І саме відновлення атмосфери, побуту та загалом фронтових буднів магічно діяло на читача, змушуючи його поважати всім серцем радянського солдата та захоплюватися ним.

Майже все своє життя я працюю з інформацією, тому одразу зрозумів, що всі подвиги, а може, й сам солдат — вигадані або ж гіперболізовані. Це розуміння приходить під час читання тексту. Можливо, автор

замало писав про реальні жахіття війни, ріки крові, жорстокість та смерть, що вона несе. Відсутність реальності робила розповідь про війну більше схожою на необхідність жонглювати епітетами, виконуючи поставлене партійне завдання з героїзації радянського солдата.

Такі книжки, написані від імені військового, який пережив війну, допомагають пропагандистам розповідати людям про подвиги їхніх простих співгромадян, адже вигадані в теплих кабінетах історії зачіпають найглибші струни душі читача. Для пропаганди дійсно краще, щоб на сторінки таких книг чи повістей просочувалося менше крові, а більше героїства. Я погортав книгу й запам'ятав її, тому що не міг збагнути необхідності тиражування брехні десятками тисяч примірників. Тоді не було війни. Тепер розумію. Героїзація подвигів під час війни дає надію на перемогу, а після створює образ героїв, підтримує дух романтики навіть у вбивствах. Можливо, той солдат поводив себе, як і ті звірі, що окупували Бучу, Ірпінь, Макарів та інші міста, але то вже пропаганда підрихтує.

Нам не потрібно пояснювати, що наші прикордонники, полісмени, рятувальники, нацгвардійці, бійці ТРО й усі інші українські військові — Герої, які боронять Україну. Але й вони вимагають окремої уваги «невидимого уряду», який гарно упакує звитяги назagal. Згадайте прекрасні історії, які ставалися навіть під час активних бойових дій на більшій частині

території країни: пропозиції військових чи полісменів одружитися, зустрічі військових з їхніми жінками після розлуки або ж приклади героїства, коли один військовий зупиняв колону танків. Чи згадайте історії про «Привида Києва» та песика-сапера Патрона. Або розстріл беззбройного українського полоненого. 6 березня 2023-го року було оприлюднене 11-секундне відео, на якому український військовий стоїть у повний зріст без зброї і очевидно під прицілом солдатів окупаційної армії РФ. Під час того, як його знімають на камеру, він спокійно курить сигарету і дивиться в очі ворожим військовим. Потім він вигукне «Слава Україні», і вороги розстріляють його автоматними чергами.

Поміж реальних історій мають виникати приклади не просто мужності, а величній мужності, Божої благодаті, Божественного дива, яке веде націю до перемоги. А якщо таких історій немає — їх вигадують.

**Під час війни завжди необхідно максимально демонструвати перемогу: чи то нашу, чи то союзників.**

Аналіз ЗМІ продемонстрував, що саме життєві історії воїнів чіпляли споживача інформації найбільше. Хто може втриматися від можливості поділитися такою фронтовою байкою з друзями?

Написання та поширення такого епосу взяли на себе деякі відомства. Вони ділилися фотографіями мужніх колег, залучених у ліквідації наслідків збройної агресії, чим підтримували бойовий дух усіх працівників, які допомагали рятувати людей, і самих людей. Такі світлини одразу ставали популярними, оскільки люди хотіли висловити своє «дякую», бодай поширивши пост. Якщо спочатку такі фото доводилося відшукувати самостійно, то згодом спеціально створені добровольці з «креативної армії» гігабайтами генерували на замовлення подібний контент. Він неодмінно ставав вірусним.

**Важливо з перших днів війни збирати фронтові записки та історії долучених до відсічі, а майстрів слова заохочувати писати про їхні бойові подвиги.**

Інформаційні фокуси із фронтовими листами політехнологи використовували завжди. Чи потрібно читачеві підтвердження історії, що змушує його серце калатати? Навряд.



Одного разу видання «USA Today» ([https://usatoday30.usatoday.com/news/world/iraq/2003-10-12-iraq-letters-usat\\_x.htm](https://usatoday30.usatoday.com/news/world/iraq/2003-10-12-iraq-letters-usat_x.htm)) опублікувало статтю про те, як американські



газети розміщували на своїх сторінках листи з Іраку нібито від американських військових, написані під копірку. Ці листи розмістили в 11 американських газетах. В листах описувалися успіхи відновлення Іраку у 2003 році. Розслідування, проведене новиною службою Gannet News Service, засвідчило, що листи були підписані різними солдатами 2-го батальйону 503-го повітряно-десантного полку. В них ішлося про те, як відновлюються поліцейні відділки, водопостачання в одному з міст Іраку. Шістьох солдатів, чиї імена були вказані в листах, журналістам вдалося опитати, й вони заперечили своє авторство. Один солдат дізнався про цей лист після дзвінка батька, який привітав його з публікацією в газеті рідного міста.

Досі не зрозуміло, чи це була скоординована дія з розміщення однотипних листів, чи їх надсилали рандомно й газети самі приймали рішення щодо їхньої публікації. Але питання стосовно етичності впливу на суспільну свідомість таким чином і залучення бойових офіцерів до політичної пропаганди ставилося.

Вдаючись до комунікаційних тактик чи пропаганди, діють так, щоб вона мала вигляд максимально природної, не викликала відторгнення й не давала журналістам інформаційного приводу поставити під сумнів успіхи країни, що воює.

Історію з «Привидом Києва» я одразу ідентифікував як фронтову байку. «Привид Києва», льотчик-ас,

учасник війни. Справжнє ім'я пілота не розкривалося, але коли почалося вторгнення російської окупаційної армії та йшла атака на Київ щоранку чекали саме на його вияв мужності, адже він знищував літаки супротивника десятками.

1 березня 2022 року з'явилася інформація про те, що «Привид Києва» був підбитий і загинув. Тоді пригадую подумав, що цю байку ще рано ховати. Всім нам так потрібні перемоги як на землі, так і на небі. Згодом представники Міноборони написали, що пілот-ас дійсно був підбитий, але катапультиувався та повернувся в бій на новому літаку. Звичайно, існування такого льотчика ставилося під сумнів не лише мною, але для пересічного споживача інформації льотчик жив і робив великий внесок для його спокою та розуміння, що з такими героями перемога не за горами. Вже наприкінці квітня ЗСУ раз і назавжди розвінчали міф про «Привида Києва».

Речник Повітряних сил ЗСУ наголосив, що «Привид Києва» — *«це уособлений образ льотчиків Васильківської 40-ї бригади тактичної авіації, які охороняють небо столиці й сусідніх областей. По суті, всі вони "Привиди". І нехай ворог їх боїться, бо вони з'являються там, де на них не чекають».*

Героїчні льотчики-винищувачі увійшли в міфологію інших країн. Велика Британія вшановує відважних пілотів Королівських повітряних сил Великої Британії,

які перехитрили могутнє нацистське Люфтваффе в битві за Британію 1940 року. А сама Росія прославляє своїх льотчиків Другої світової, чисельність яких була набагато меншою, ніж у німців. Деякі з них, за легендою, свідомо врізалися у ворожі літаки, залишившись без боєприпасів.

Про відважного українського льотчика, який також скерував свій літак у ворожу техніку, написала Закарпатська обласна військова адміністрація 9 червня 2022 року.

*«Мукачівець Андрій Люташин — один із легендарних «Привидів Києва». Зі словами «Хлопці, будемо жити!» 47-річний пілот скерував винищувач на колону окупантів, котра насувалася на столицю. Виконуючи бойові завдання, льотчик успішно ліквідував чимало ворожої техніки та живої сили. Герої не вмирають! Герої — серед нас!»*

Інша історія, яка мала вплив на бойовий дух, — це історія бабці, яку теж можна назвати асом. Вона збила ворожий дрон... банкою з консервацією помідорів. Ніхто не називає її ім'я та прізвище. Журналісти відомого видання нібито навідалися до неї й поспілкувалися. Це єдине підтвердження правдивості цієї історії. В будь-якому випадку цей кумедний епізод боротьби українців із російськими окупантами також став національним надбанням і не міг не подіяти на мобілізацію бойового духу українців.

---

## ЗМІСТ

Комунікація під час війни . . . . .	3
Героїзація героїв . . . . .	14
Символи єднання . . . . .	22
Церковний та культурний фронт під час війни . . . . .	36
Ракети гумору та сатири. Як кумедне використовують у пропаганді під час війни . . . . .	47
Партизанська війна мемів . . . . .	53
Дезінформація під час війни . . . . .	58
Демонізація ворога . . . . .	69
Ворожа кіберармія . . . . .	74
Воєнні пропагандистські прийоми з минулих війн . . . . .	82
Комунікація під час створення «зелених» коридорів . . . . .	87
Чутки під час війни . . . . .	100
Потоки інформації під час війни . . . . .	103
Імідж політика та державних органів влади під час війн . . . . .	118
Обрані для комунікації . . . . .	131
Онлайн-інтерв'ю . . . . .	137
Самопрезентація під час воєнного інтерв'ю . . . . .	145
Не станьте занадто компетентними . . . . .	150
Післяслово . . . . .	153