

Пропагандистські війни

ПЛАН

- 1. Пропаганда й контрпропаганда: визначення**
- 2. Пропаганда: “війна ціннісних інтерпретацій”**
- 3. Різновиди пропаганди й контрпропаганди в ХХ столітті**
- 4. Типові прийоми пропаганди й контрпропаганди**

Семінарське заняття

1. Пропаганда й контрпропаганда
2. Пропагандистські війни
3. Пропаганда й контрпропаганда в ХХ столітті
4. Типові прийоми пропаганди й контрпропаганди у сучасних пропагандистських війнах в Україні

Церковна етимологія терміну

- Від лат. *Propagare* (укр. – вирощувати, плекати, виховувати),

- Вперше вжито у 1622 р. Папою Римським Григорієм XV, який створив ***Sacra Congregatio de Propaganda Fide*** (Зібрання кардиналів з питань пропаганди віри, місіонерської діяльності)

- В 1988 р. папа Іван Павло II перейменував Конгрегацію пропаганди віри на Конгрегацію євангелізації народів (апостольська конституція *Pastor Bonus*). Очолює кардинал-префект

Церковна етимологія терміну: замість пропаганди – «євангелізація»

- В 1988 р. папа Іван Павло II перейменував Конгрегацію пропаганди віри на Конгрегацію євангелізації народів (апостольська конституція *Pastor Bonus*). Очолює кардинал-префект.
- Відповідно термін «пропгпнда» замінено на термін «євангелізація». Не тільки в церковних, але й комерційних організаціях.

Різне ціннісно-оціночне ставлення до “пропаганди” у протестантському й католицько-православному світах

- Позитивне значення П. в колишньому СРСР, Португалії й деяких країнах Південної Америки (П. тут є синонім “реклами”).
- В США до II СВ – синонім ПР;
- Після II СВ термін “пропаганда” у США та інших країнах Заходу виходить із ужитку в позитивному сенсі, оскільки **асоціюється з ідеологічно ворожими нацизмом й комунізмом.**
- Підмінюється ПР та іншими “П”.

Пропаганда органічно пов'язана з іншими 5 “П” - The 5 ‘P’ word

- *Publicity*
- *public relations*
- *psychological operations*
- *public diplomacy*
- *perception management*
- **Це все різновиди «пропаганди»?**



PROPAGANDA VARIANTS

- PSYCHOLOGICAL
WARFARE/OPERATIONS
- PUBLIC RELATIONS/SPIN DOCTORING
- ADVERTISING/MARKETING (?)
- PUBLICITY
- NEWS: ‘the shocktroops of propaganda’
- **Propaganda and mass persuasion**

Авторы: Cull, Nicholas John, David Holbrook Culbert, Welch, David

Пропаганда&Реклама й маркетинг

- Рекламне повідомлення пов'язане з певними слоганами (пропагандою цінностей), а тому є різновидом пропаганди



Two fundamental **axioms** for the balance of the war propaganda

- **The Ministry of Information GB (I&II WW)**
- **1. “news is the shocktroops of propaganda”**
- **2. propaganda should tell “the truth, nothing but the truth and, as near as possible, the whole truth.”**
- **manual, Supreme Headquarters Allied Expedition Force (SHAEF) recommends^**
- **“when there is no compelling reason to suppress a fact, tell it. Aside from consideration of military security, the only reason to suppress a piece of news is if it is unbelievable . .**
- **When the listener catches you in a lie, your power diminishes . .**
- **For this reason, never tell a lie which can be discovered.”**

ПРОПАГАНДА – ВИЗНАЧЕННЯ

ФОРМА КОМУНІКАЦІЇ, ЯКА МАЄ НА МЕТІ
ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ПЕРЕКОНАНЬ
(ВІРУВАНЬ, ПОГЛЯДІВ ТОЩО)
НАСЕЛЕННЯ ЩОДО ШЛЯХІВ
РОЗВ'ЯЗАННЯ ПЕВНОЇ ПРОБЛЕМИ,
СПРЯМОВАНА НА ПОЗИТИВНЕ АБО
НЕГАТИВНЕ СПРИЙМАННЯ НА РІВНІ
МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ ПЕВНОЇ РЕЛІГІЇ,
ІДЕОЛОГІЇ, ПОЛІТИЧНОЇ СИЛИ, ПЕРСОНИ
ТОЩО

КОНТРПРОПАГАНДА

ВИЗНАЧЕННЯ

- **пропаганда у відповідь на пропаганду; ставить за мету розвінчування (дискредитацію) ідей, переконань (вірувань, поглядів тощо), які навязує “ворожа пропаганда” з принципово іншими, протилежними за змістом смислами, ціннісними орієнтаціями тощо**

PROPAGANDA – NATO DEFINITION

ANY INFORMATION, IDEAS,
DOCTRINES OR SPECIAL APPEALS,
DISSEMINATED TO INFLUENCE THE
OPINIONS, EMOTIONS, ATTITUDES OR
BEHAVIOUR OF ANY SPECIFIED
GROUP

IN ORDER TO BENEFIT THE SPONSOR,
EITHER DIRECTLY OR INDIRECTLY

What is Propaganda?



- Spreading of information to help or to hurt a cause.
- Telling only the side you want people to know.
- Propaganda appeals to emotions rather than intellect

Пропаганда – маніпулювання поведінкою «розпропагорованого»

- “Propaganda is the deliberate, systematic attempt to shape perceptions, manipulate cognitions, and direct behavior to achieve a response that furthers the desired intent of the propagandist.”
- —*Jowett & O'Donnell, Propaganda and Persuasion*

Пропаганда й “велика брехня”

- **Велика брехня** (нім. *Große Lüge*, англ. *Big Lie*) — пропагандистський) — пропагандистський прийом. Визначений Адольфом Гітлером) — пропагандистський прийом. Визначений Адольфом Гітлером у книзі «Моя боротьба») — пропагандистський прийом. Визначений Адольфом Гітлером у книзі «Моя боротьба», 10 розділ (нім. *Mein Kampf*, 1925 р.) як «брехня настільки нахабна, що ніхто не повірить у те, що хтось мав сміливість спотворити

Пропагандистські війни

- Гостре зіткнення пропаганди й контрпропаганди
- ***Приклади:***
- Війни протестантів та католиків в Західній Європі
- “Холодна війна” між комунізмом та антикомунізмом
- “Зіткнення цивілізацій” в епоху глобалізації
- Нав'язана Україні в 2014-2015 рр. боротьба за “Руський мир”

We Can Do It!



DO YOUR PART TO HELP IN THE FIGHT AGAINST THE EMPIRE
JOIN THE REBEL ALLIANCE TODAY!

ПРОПАГАНДА
“ЗОРЯНИХ ВІЙН”
В часи Рональда
Рейгана.
СТРАТЕГІЧНА
ОБОРОННА
ІНІЦІАТИВА (СОІ)

The Strategic Defense Initiative (SDI)

- was proposed by U.S. President Ronald Reagan on March 23, 1983
- It was soon derided, largely in the mainstream media, as "**Star Wars**," after the popular 1977 film," after the popular 1977 film by George Lucas



Різнотипна пропаганда

Different types of propaganda

- **Авторитарна (тоталітарна)**
- **Чорна** - Black (or covert)
- **Сіра** - Grey (unknown source)
- **Деструктивна** - Disruptive propaganda

- **Демократична** ('The Strategy of Truth')
- **Біла** - White (or overt; known source)
- **Конструктивна** –
- **Cohesive propaganda**

Конструктивна пропаганда

- Створює атмосферу “доброї волі”
- Створює образи “друзів”, пропагує дружелюбність
- Наголошує на спільності інтересів
- Прищеплює моральнісні цінності
- Наполягає на потребі у співпраці заради “спільного добра”

Деструктивна пропаганда

- Низькоморальна або аморальна
- Створює образи ворогів (демонів)
- Створює суспільну атмосферу апатії, зневіри або розбрату, ненависті до чужинців
- Сприяє поширенню настроїв паніки, передчуття поразки тощо

Деструктивна пропаганда

- Апелює радше до емоцій, аніж до розуму
- “Вони спонукають нас повірити у те, у що ми раніше не вірили або робити те, чого ми ніколи б не зробили у спокійному беземоційному стані”
- The Institute for Propaganda Analysis про “поганих пропагандистів”

Макартизм



- Sen. Joseph McCarthy (1909-1957)

Принципи ефективної пропаганди

- Має ґрунтуватися на істинних знаннях
- Має бути представлена у привабливій формі
- Має відображати об'єктивні потреби людей

Реклама багаторазово експлуатує вдалі (сугестивні) пропагандистські образи

- Делакруа “Свобода, яка веде людей” (епоха Французької революції 1831 року)
- Дядечко Сем закликає йти до війська (1917)
- Червоноармієць закликає записуватися добровольцем до більшовицького війська (1920)
- “Мати-Батьківщина кличе!” (1941)



- Вербувальний плакат 1917



СССР

ЦАВНО.РУ

Добровольцы или нет, добровольцы!

ТЫ



В. П. ГОР

ЗАПИСАЛСЯ ДОБРОВОЛЬЦЕМ?



ТЫ ХРАНИШЬ
ДЕВСТВЕННОСТЬ
ДО БРАКА?





GEE !!

I WISH I WERE
A MAN

I'd JOIN
The **NAVY**

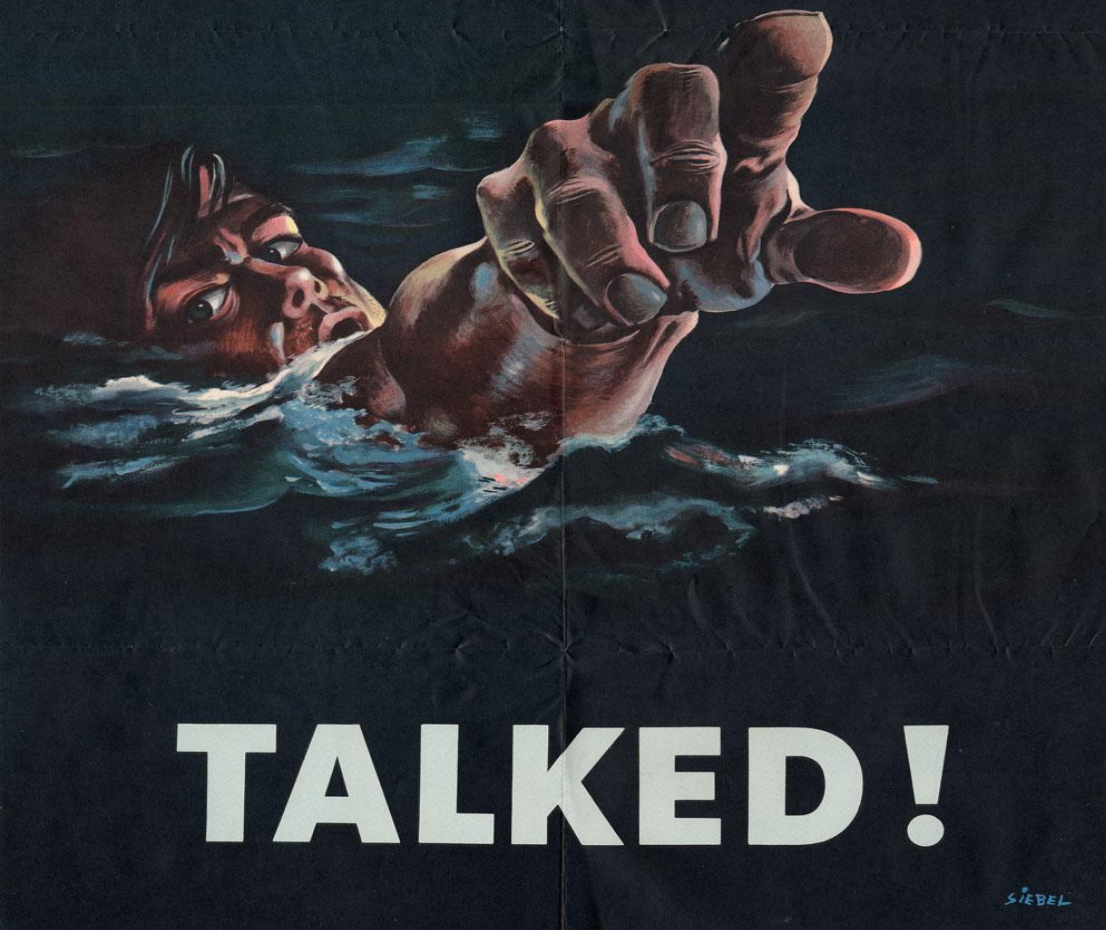
Franklin D. Roosevelt

BE A MAN AND DO IT
UNITED STATES NAVY
RECRUITING STATION

Воєнна пропаганда зводиться передусім до “рекламування” “жахливих злочинів”, вчинених ворогом

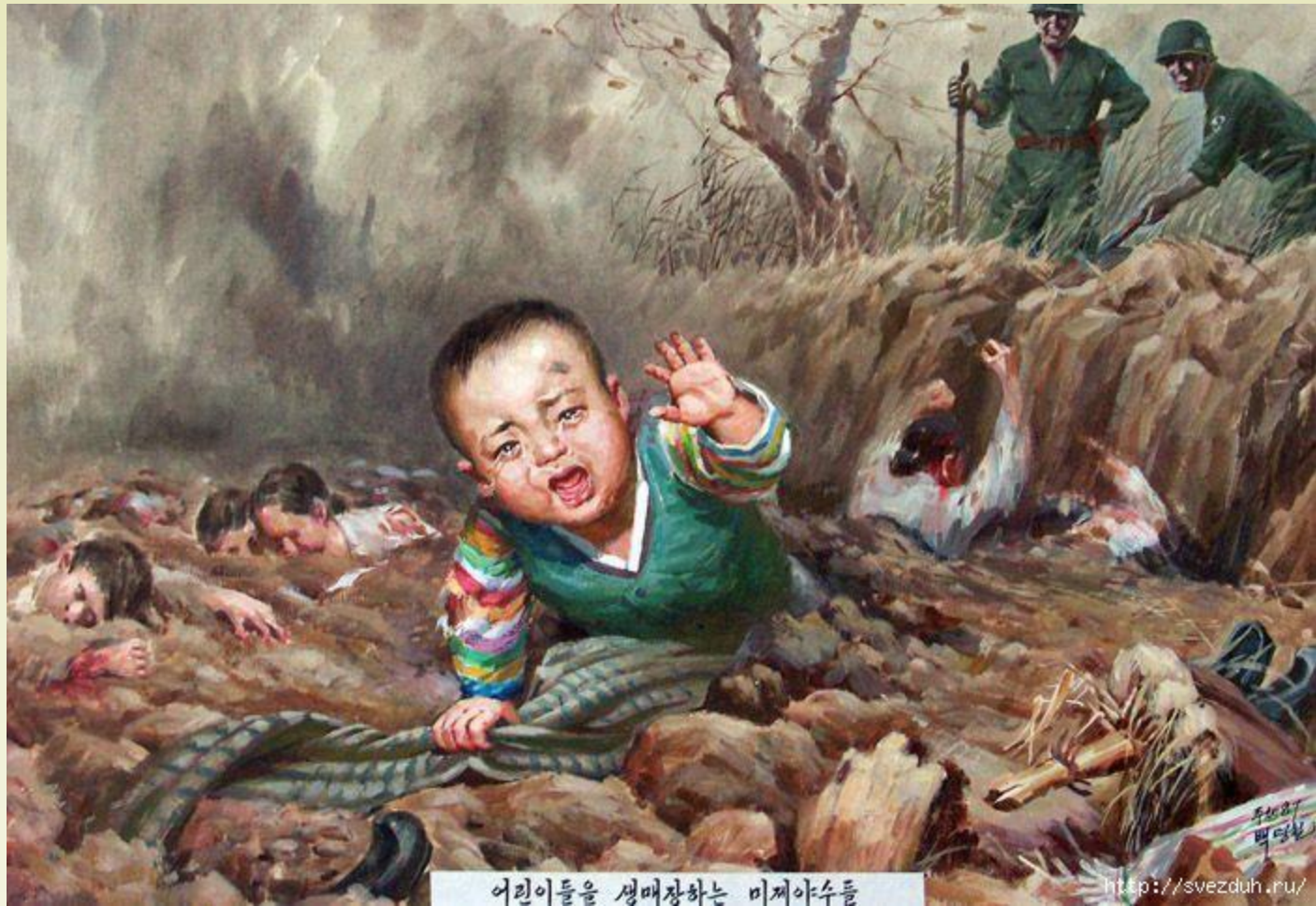
- Приклад: Північнокорейська серія плакатів часів Корейської війни 1950-1952 рр.

SOMEONE



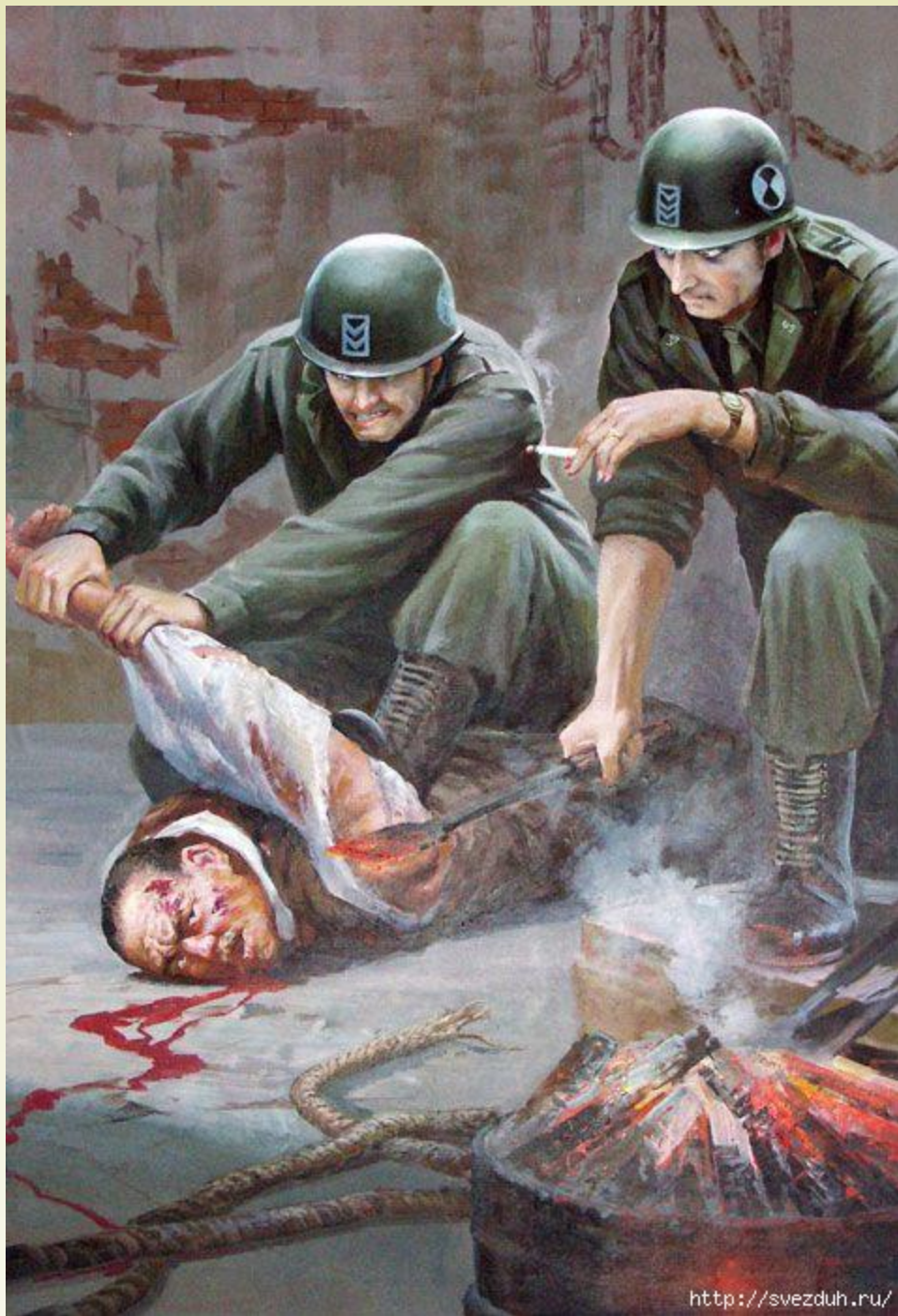
TALKED!

SIEBEL



어린이들을 생매장하는 미제야수들

<http://svezduh.ru/>





<http://svezduh.ru/>



Карикатура – зброя пропаганди

- Західні антиросійські карикатури періоду війни 2008 року (російська оперцяія “Примушування до миру”).

DON'T WORRY!
WE'RE JUST
TRYING TO
RESTORE PEACE!

GEORGIA



■ Французський
“антикайзерів-
ський»
плакат часів
Першої СВ



IS THIS TOMORROW



AMERICA UNDER COMMUNISM!



ALASKA

DEATH - TRAP
FOR THE JAP

АМЕРИКАНСЬКА ВОЄННА ПРОПАГАНДА

- Перша Світова війна - **Creel Committee - The Committee on Public Information**, - CPI - an independent agency of the government of the United States created to influence U.S. public opinion regarding American participation in World War I.
 - Over just 28 months, from April 13, 1917, to August 21, 1919
 - it used every medium available **to create enthusiasm for the war effort and enlist public support against foreign attempts to undercut America's war aims.**

АМЕРИКАНСЬКА ВОЄННА ПРОПАГАНДА

- Друга Світова війна
- The United States Office of War Information (OWI) - U.S. United States Office of War Information (OWI) - U.S. government agency created to consolidate government information services.
- It operated from June 1942 until September 1945.

Цілі аналізу пропаганди

- Озброїти громадян проти впливу “підступних комунікацій” (insidious communication)
- Вивчити правила ефективної риторики (переконування)
- Розвинути методи успішного вживання пропаганди в цілях бізнесу та урядування

Міжвоєнний період

- The Institute for Propaganda Analysis
- Запропонував список із 7 типових прийомів пропаганди (“seven common propaganda devices”).

The Institute for Propaganda Analysis

The Fine Art of Propaganda

THEORY OF
COUNTERFEITS
A Study of Father Coughlin's Speeches

EDITED BY
ALFRED MCCLEUNG LEE
OF
ELIZABETH BRANT LEE

Harcourt, Brace and Company New York

Сім типових прийомів пропаганди - Seven devices

1. “Наклеювання ярликів” - The name calling
2. “Блискучі узагальнення” - The glittering generalities
3. “Перенос” - The transfer
4. “Посилання на свідчення “очевидців” - The testimonial
5. “Гра в простонародність” - The plain folks
6. “Пересмикування фактів” - The card stacking
7. Приєднання до “пасажирів переповненого вагону” - The band wagon

1. «Наклеювання ярликів»

Name calling

- В основі - фреймінг
- Используется для демонизации и дискредитации личности или предмета посредством звонких эпитетов: "враг народа", "злойбный антисоветчик", "дерьмократ", "прихватизатор" и т.д. и т.п.

2. Блискучі узагальнення -«Сияющие обобщения» - Glittering generalities

Универсальная формула присоединения к “высшим ценностям”, Бог, Родина, Народ.

По смыслу близко к "наклеиванию ярлыков».

Используются эмоционально положительно окрашенные метафоры (“virtue words”) – “правда” (“truth”), “свобода” (“freedom”), “честь” (“honor”), “права человека”.

Пример, слова из советской военной присяги, написанной Львом Троцким: "Я, сын трудового народа".

Пример из букваря для взрослых Доры Элькиной, изданного в 1919 году: "Мы не рабы. Рабы не мы".

«Блискучі узагальнення» - супутник реклами

- Пропаганда в рекламі порошку “Тайд” ототожнюється з “Американським способом життя”

Glittering Generality



- The slogan is so attractive that the audience does not challenge its true meaning.
- “ultra” “The American Way”

3. Перенос (Трансфер) - Transfer

- Пропагандист переносить на об'єкт, за який він пропагує, риси, якості того об'єкта, який користується в даній аудиторії повагою, авторитетом.
- “Нас підтримує Церква”.
- “Нас підтримує Народ”
- Прапори, хрести, ікони, портрети відомих людей на “задникові” на час проведення масових акцій тощо.



4. Приєднання до більшості

- The band wagon

- Прийом, який експлуатує обумовлене міркуваннями персональної безпеки бажання людини приєднатися до “гурту переможців” (натовпу тощо)
- Логіка: щось чи когось слід підтримувати, щось треба вживати (споживати), “бо це роблять усі”
- Саме на цьому ґрунтується вплив оприлюднення даних соціологічних опитувань щодо “переможців” майбутніх виборів

5. “Пересмикування фактів” — Card stacking

- Propagandist “uses underemphasis and overemphasis to dodge issues and evade facts. He resorts to lies, censorship, and distortion. He omits facts.”
 - Raises “red herring” issues to draw attention away from embarrassing issues

Незбалансована подача інформації - Bias

- Much of recent study of propaganda, news and other forms of political propaganda look at bias
- Bias is the uneven treatment of sides to an issue
- Often looked at as unfair treatment of one side of a bipolar conflict—Democrat/Republican, conservative/liberal

Bias

- Indications of bias
 - One side gets more time/better placement
 - Tougher questioning of one side than the other
 - One side is treated more kindly
 - Adjectives/adverbs
 - Rolling the eyes, etc.
 - Softball questions
 - Other demonstrations of support

Введення інформації в негативний або позитивний контекст - Context

- Recent events
- Social mood
- Wider discussion that the individual issue, etc. is placed within
 - Explicit allusions

Фреймінг - Framing/ideology

- More sophisticated, and more difficult is the attempt to determine the larger story being told, and how it may distort a fair analysis of an issue, action, etc.
- Assumptions inherent in the culture
- Master narratives that have great impact
- Socially agreed-upon biases

Врахування специфіки національної культури – Assumptions inherent in the culture

- U.S. is
 - Secularized
 - Democratic
 - Capitalist
 - Conservative economically
 - Liberal socially
 - Racist
 - Sexist (though not too bad by comparison with other societies)
 - Individualist

Master narratives

- Наратив (англ. і фр. narrative — розповідь, оповідання, від лат. narrare — розповідати) — історично і культурно обґрунтована інтерпретація деякого аспекту світу з певної позиції.
- Приклад:
- Horatio Alger myth (хлопчик, який вирвався з бідності завдяки тяжкій праці)

Соціально обумовлені “пропагандистські ухили” Socially agreed-upon biases

- Progress
- Technology
- Christian religions
- Sexual liberalism

Фреймінг - Framing

- Telling the larger story within which the individual incident, policy, or action is placed
- Powerful, relatively invisible form of propaganda
- Uses all the earlier techniques to “frame” discussion of policy

Нацистська й радянська пропаганда ненависті



Земля-п.

РЕВОЛЮЦИОННАЯ МОЛНИЯ.

Сверкает ясный глаз. Осклени явем.
Последня, острый взмах вредительской руки.
И-лет вредителю! Его настигла кара.
Знай, вотг, шагашце и вредительской нашь
НАШ ЧАСОВОЙ-НАСТОРОЖИ

Его пронзела в сонгла
Неотвратимая ствела
Молниеносного ударш

Йозеф Геббельс

– міністр
пропаганди
й народної освіти
III Рейху





Пропаганда
євгеніки й
евтаназії для
“неповноцінних”

нацистська
Німеччина

60 000 ^{RM}

kostet dieser Erbkrankte
die Volksgemeinschaft
auf Lebenszeit

*Volksgenosse
das ist auch
Dein Geld*

Lesen Sie

**NEUES
VOLK**

Die Monatshefte des Rassenpolitischen Amtes der NSDAP

The poster features a young man in a white shirt standing behind an elderly man in a dark suit who is seated in a chair. The background is a solid yellow color. The text is in various fonts, including a large, bold, stylized font for the magazine title.

Пропаганда
військового
будівництва
в СРСР:
приєднання
до вождів



ДА ЗДРАВСТВУЕТ РАБОЧЕ-КРЕСТЬЯНСКАЯ КРАСНАЯ АРМИЯ!
ВЕРНЫЙ СТРАЖ СОВЕТСКИХ ГРАНИЦ!



**Формула німецького
(пруського) мілітаризму**

Gott mit uns ("З нами Бог" /
God with us)

Російський аналог:
"За Веру , Царя и
Отечество"

«Кража лозунгов и символов»

- Сложившиеся понятия пытаются перекоммутировать на свой лад и в своих интересах.
- Пример - Министр пропаганды Германии, доктор Геббельс, после захвата фашистами Франции распорядился водрузить гигантскую букву "V" на Эйфелевой башне, "приватизировав" символ Сопротивления, сознательно захватив бывшее место рекламного рекордсмена 30-х годов — надписи "Ситроен" (перевернутое "V«).

«Барраж»

- **БАРРАЖ** (от франц. barrage - заграждение);
- Отвлечение общественного внимания от какой-либо экономической или политической реальности.
- У голливудских киносценаристов - "**красная селедка**« ("**red herring**«).
- Пример: главный российский «приватизатор» 90-х годов – Виктор Черномырдин объявлен «юмористом», а российский премьер 1998 года, объявивший дефолт, - Владилен Кириенко – «киндер-сюрпризом».

«Дозированная правда» («СПИН-ДОКТОРСТВО»)

- Событие освещается по принципу "информационной драпировки", т.е. наиболее рельефного высвечивания части "складок" и полного сокрытия части других. Информационная алхимия фактов. Нечто подобное игре в наперстки.
- Бисмарк называл это "умением лгать с помощью правды".

«Трансфер»

Трансферы негативные и позитивные

- Побуждение к ассоциации с кем-то или чем-то (хорошим или плохим).
- Проецирование хороших или плохих качеств с одного человека или группы на другого человека
- Позитивная или негативная ассоциация «передается» на другого человека или группу.
- Политики, позирующие возле флага, с военными, с ветеранами выглядят патриотами.
- Реклама БАДа или губной помады рядом с ученым в белом лабораторном халате делает восприятие продукта более «научным».
- Демократы именуют своих противников "коммуно-фашистами".
- В книге "Последний вагон на Север» В. Жириновский о М. Горбачеве: "этот нобелевский тракторист, политический Чикатило сумел изнасиловать великую страну ".

Майстриня трансферів

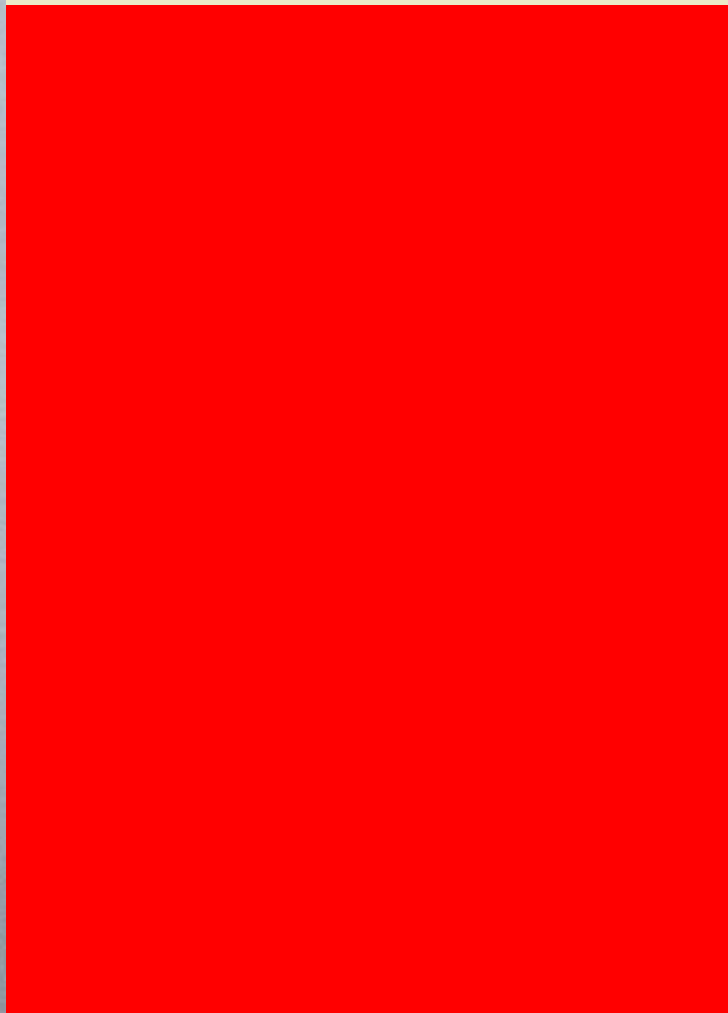
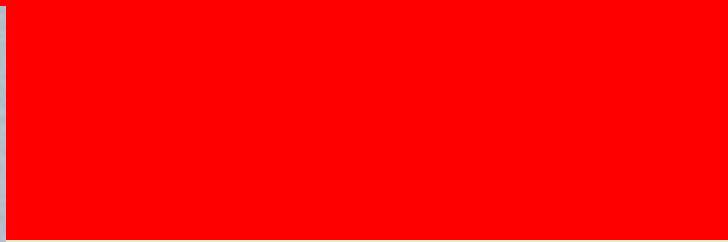
- Український
- політик
- Юлія Тимошенко





“Юля –
Тигрюля”





“Крута Юля”



«Верные ленинцы»



«Свидетельства»

Testimonial

- Приведении цитаты некой личности, в зависимости от ее положительной или отрицательной репутации в конкретной аудитории.
- Решающее значение в этом случае играет контекстный монтаж.
- “Глас народа”: “I think President Bush is doing a wonderful job.”

«Фургон з оркестром»

Band Wagon

- Примітивна агітація. Намагання протиставити емоції доказам розуму.
- Прийом, який спонукає рухатися «за натовпом» (Я, як усі»).
- Преподнесение информации как некой ценности, которую якобы разделяет большинство членов группы или общества. Гиперболизация эмоциональных аргументов, часто драпируемых под бесстрастные факты.

ПОВТОРЕННЯ «РИТУАЛЬНИХ ФОРМУЛ»

- «краплина точить камінь»);
- Зникають бар'єри критичного аналізу.
- МЕДІЙНІ ШТАМПИ ТА СТЕРЕОТИПИ

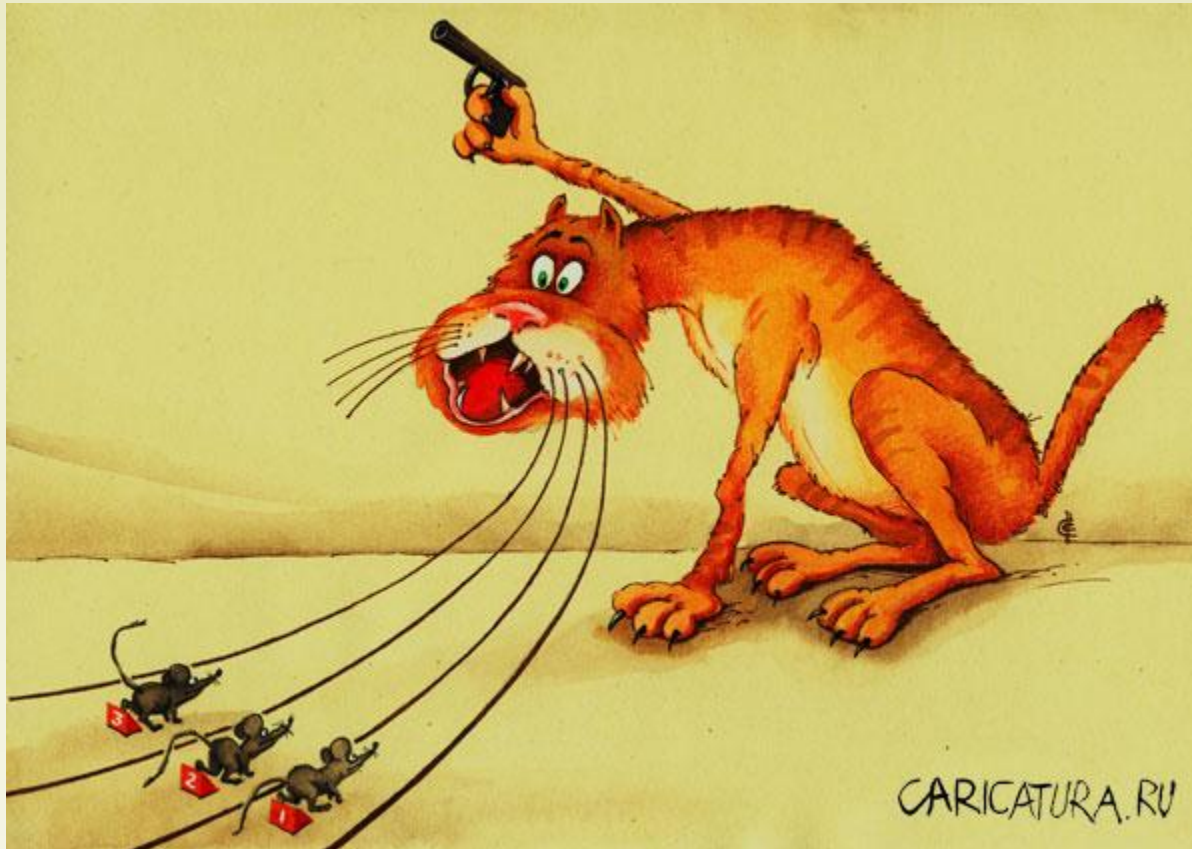
“ЗАДОВБУВАННЯ” Й ЗОМБУВАННЯ



Пересмикування карт - Card stacking

- Є суттю медійного маніпулювання.
- Содержание данного приема заключается в отборе и тенденциозном преподнесении только положительных или только отрицательных фактов и доводов при одновременном замалчивании противоположных.
- Используя односторонний подбор и подачу фактов, свидетельств, доводов «доказывают» привлекательность или наоборот неприемлемость какой-либо точки зрения, программы, идеи и т.п.

ВНУТРІШНІ ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ МЕДІЙНЕ МАНІПУЛЮВАННЯ



контроль масової свідомості



Гра в «простонародність»

Plain Folks

- «Хождение в народ»
- Подражание “простонародной речи”
- Пример: горбачевское "углубить и расширить" (с ударением на второе "у" в слове "углубить"), магически исчезнувшее из лексикона выпускника юрфака МГУ, первого и последнего советского президента после "заточения" в Форосе и августовского путча 1991 года.

Від радянської “масової цнотливості” – до навязливої реклами й індустрії сексу

- **«В СССР секса нет»** — крылатая фраза, источником которой послужило высказывание одной из советских участниц телемоста Ленинград—Бостон («Женщины говорят с женщинами»), записанного 28 июня и вышедшего в эфир 17 июля 1986 года.
- - Ну, секса у нас нет. Мы категорически против этого.
- После этого аудитория рассмеялась, и какая-то из советских участниц уточнила:
- - Секс у нас есть, у нас нет рекламы!
- (Демонстрация видеосюжета)

Пропаганда спотвореного образу
України:

Її асоціація з індустрією секс-туризму
"What's a beautiful Lady! Do you want
me come to you?"



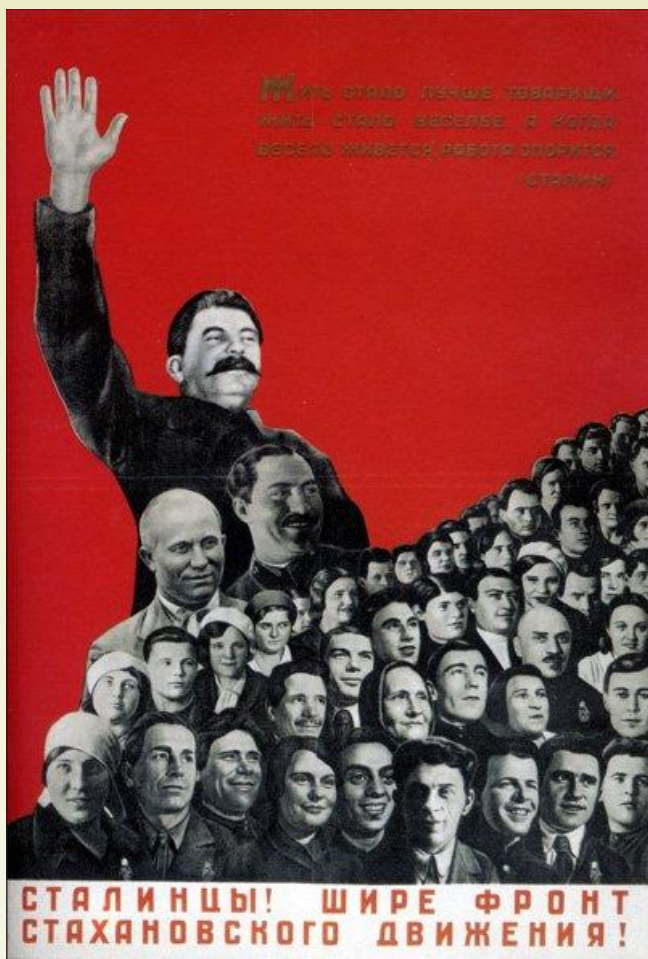
“ГРЕЧКА ВІД ЧЕРНОВЕЦЬКОГО”



ПРОПАГАНДА Й ВОЖДІЗМ

- ***ТЕМИ***
- СТАЛІНА
- ГІТЛЕРА
- МАО-ДЗЕ-ДУНА
- Володимира Путіна

Вожді, які “ощасливили” свої народи



ДАВНО.РУ



ДАВНО.РУ

ЛЮБИМЫЙ СТАЛИН-СЧАСТЬЕ НАРОДНОЕ!

ИЗДАТЕЛЬСТВО «ИЗДАТЕЛЬСТВО ИСКУССТВ» МОСКВА 1950



中国人民解放军是毛泽东思想大学校



Ein Volk

Ein Reich

Ein Führer

Сталін
серед
делегатів
зїзду
“колгоспників
ударників”
1933



1936.
Бурятська
дівчинка Геля
на руках
у вождя



СПАСИБО
РОДНОМУ СТАЛИНУ
ЗА СЧАСТЛИВОЕ ДЕТСТВО!





毛主席视察广东农村



ВЕЛИКИЙ СТАЛИН-ЗНАМЯ ДРУЖБЫ НАРОДОВ СССР!









Поет-пропагандист Павло Тичина



Приклад геніального Поета, який змушений був стати пропагандистом - Павло Тичина

- ПІСНЕЮ ПРО СТАЛІНА
- ПОЧИНАЄМ ДЕНЬ,
- КРАЩИХ-БО НЕ ЗНАЄМО
- НА ЗЕМЛІ ПІСЕНЬ

Як «експлуатують» образи дітей українські політики

