

АНОТАЦІЯ

Кобрин А.А. *Еволюція російських пропагандистських наративів в німецькомовній пресі 2014-2023 рр.* Дипломна робота другого (магістерського) рівня вищої освіти. На правах рукопису. Спеціальність 035 Філологія. Спеціалізація 035.043 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – німецька. Івано-Франківськ, 2024.

Магістерська робота досліджує еволюцію російських пропагандистських наративів у німецькомовній пресі за період 2014–2023 років. У центрі уваги — аналіз ключових ідеологічних концептів, методів маніпуляції та динаміки змін цих наративів у контексті гібридної війни. Застосовано методи теоретичного аналізу, синтезу та класифікації для вивчення впливу пропаганди на громадську думку. Робота має наукову новизну завдяки системному аналізу наративів та їх впливу на населення Німеччини й України, а її практичне значення полягає у створенні інструментарію для виявлення маніпулятивних стратегій у медіапросторі.

Ключові слова: медіалінгвістика, медіатекст, ідеологія, пропаганда, наратив.

ZUSAMMENFASSUNG

Kobryn A.A. *Die Evolution der russischen Propagandanarrative in der deutschsprachigen Presse 2014–2023*. Masterarbeit des zweiten (Master-)Niveaus der höheren Bildung. Manuskript. Fachgebiet 035 Philologie. Spezialisierung 035.043 Germanische Sprachen und Literaturen (einschließlich Übersetzung), erste Sprache – Deutsch. Iwano-Frankiwnsk, 2024.

Die Masterarbeit untersucht die Entwicklung russischer Propagandanarrative in der deutschsprachigen Presse im Zeitraum von 2014 bis 2023. Der Fokus liegt auf der Analyse zentraler ideologischer Konzepte, Manipulationsmethoden und der Dynamik dieser Narrative im Kontext hybrider Kriegsführung. Es wurden theoretische Analysemethoden, Synthese und Klassifikation angewandt, um den Einfluss der Propaganda auf die öffentliche Meinung zu untersuchen. Die wissenschaftliche Neuheit der Arbeit liegt in der systematischen Analyse der Narrative und deren Auswirkungen auf die Bevölkerung Deutschlands und der Ukraine. Der praktische Wert besteht in der Erstellung von Werkzeugen zur Identifizierung manipulativer Strategien im Medienraum.

Schlagerörter: Medienlinguistik, Medientext, Ideologie, Propaganda, Narrativ.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ У МЕДІАЛІНГВІСТИЦІ.	6
1.1. Теоретичні засади медіалінгвістики	6
1.2. Новітні наукові засади дослідження пропагандистських наративів	12
1.3. Поняття «ідеологія», «пропаганда», «наратив» у лінгвістиці.....	19
1.4. Інформаційні гібридні війни та маніпулятивні наративи	24
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I.....	32
РОЗДІЛ II. ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	34
2.1. Джерела та методика добору емпіричного матеріалу	34
2.2. Домінантні маніпулятивні пропагандистські наративи про Україну у німецькомовній пресі 2014 року	38
2.3. Еволюція домінантних маніпулятивних пропагандистських наративів про Україну у німецькомовній пресі 2022-2023 року.....	43
2.4. Кількісний та змістовий аналіз текстового емпіричного матеріалу	60
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II.....	64
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	70

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Засоби масової інформації є важливою та впливовою ланкою суспільного життя. Саме вони значною мірою зумовили третю технічну революцію – інформаційну. Сьогодні відбувається бурхливий розвиток інформаційних технологій. Дедалі більший вплив ЗМІ на різні сфери життя визначає спрямованість лінгвістичних розвідок на дослідження мас-медійного дискурсу. Головним завданням мас-медіа є задоволення потреб суспільства в систематичному засвоєнні маркованого фактом актуального соціального контексту, зображення актуальної соціальної реальності, отримання, обробка і передача інформації широкій аудиторії, забезпечення масового, впорядкованого, регулярного та періодичного розповсюдження соціально значимої інформації.

Засоби масової інформації – це засоби донесення інформації широкому колу читачів і слухачів, які охоплюють велику аудиторію та діють на постійній основі. До засобів масової інформації належать друковані видання та електронні засоби (телебачення, радіо, Інтернет). Прагнення до новизни та свіжості, емоційності й експресивності на тлі стандарту – визначальна риса мови ЗМІ. Тому сучасні мас-медіа неможливо уявити без використання фразеологічних одиниць.

Стилістичні особливості фразеологічної одиниці властиві самій природі фразеологізму незалежно від його приналежності до функціональних стилів, вони існують у фразеологізмі навіть за умови відриву його від контексту, поза середовищем мовних засобів. За допомогою своїх стилістичних властивостей фразеологізми, що використовуються журналістами, надають тексту більш яскраве емоційне забарвлення. Фразеологізми, вміло і точно підібрані автором статті, роблять звичайний текст більш цікавим і таким, що запам'ятовується читачам, образи стають більш яскравими і вражаючими. Таким чином, фразеологізми на сторінках друку виконують експресивну функцію. Специфіка функціонування фразеологічних одиниць обумовлена і їх мовними властивостями, і особливостями тих мовленнєвих умов, у які вони потрапляють.

Крім цього, на функціональні властивості фразеологізмів впливає їх умотивованість або невмотивованість. Фразеологізми, засновані на метафорі, у текстах наділені високим ступенем експресивності, оскільки їх первинний денотат, проявляючись, функціонує поряд зі значенням. Експресія, закладена в семантиці метафоричних фразеологізмів, збагачує висловлювання в смисловому плані, крім цього, образ формує ставлення до описуваного предмета, явища або дії, що створює своєрідний стилістичний ефект. Досить часто в аналізованих текстах фразеологізми піддаються різного роду трансформаціям. Значимість таких одиниць у тексті набагато підвищується.

Сьогодні медіатекст набув статусу базової категорії в медіалінгвістиці, медіастилістиці, медіакультурі, медіаосвіті (Т.Г. Добросклонська, Г.Я. Солганик, А.В. Федорова та ін.). З точки зору соціолінгвістики і функціональної стилістики медіатексти вивчали такі вчені, як А. Белл, Т. ван Дейк, М. Монтгомері, Н. Фейерклаф, Р. Фаулер. Відзначимо, що значний внесок у становлення і розвиток теорії медіатексту внесли і українські вчені, такі як Т.Г. Добросклонська, А.А. Леонтьєв, Т.М. Дридзе, Ю.А. Бельчиков, С.І. Бернштейн, А.Н. Васильєва, Д.Н. Шмельов, В.Г. Костомаров, Г.Я. Солганик, Ю.В. Різдяний. Так, наприклад, Т.Г. Добросклонська запропонувала об'єднати дослідження медіатекстів в особливу дисципліну – медіалінгвістику, рамки якої забезпечують системний науковий підхід до вивчення мови ЗМІ, а також дозволяють виділити в якості основної категорії аналізу медіатексту.

Мета дослідження: теоретично та практично дослідити еволюцію російських пропагандистських наративів в німецькомовній пресі 2014-2023 рр.

Завдання:

- розглянути теоретичні засади медіалінгвістики;
- дослідити новітні наукові засади дослідження пропагандистських наративів;
- вивчити поняття «ідеологія», «пропаганда», «наратив» у лінгвістиці;
- проаналізувати інформаційні гібридні війни та маніпулятивні наративи;
- надати джерела та методикку добору емпіричного матеріалу;

- розглянути домінантні маніпулятивні пропагандистські наративи про Україну у німецькомовній пресі 2014 року;
- проаналізувати еволюцію домінантних маніпулятивних пропагандистських наративів про Україну у німецькомовній пресі 2022-2023 року;
- надати кількісний та змістовий аналіз текстового емпіричного матеріалу.

Об’єкт дослідження: російська пропаганда в німецькомовній пресі 2014-2023 рр..

Предмет дослідження: еволюція російських пропагандистських наративів в німецькомовній пресі 2014-2023 рр..

Методи дослідження. Для вирішення завдань були використані такі методи, як аналіз теоретичних джерел і нормативних документів з даної проблеми, синтез і порівняння, класифікація.

Наукова новизна роботи полягає у дослідженні динаміки основних наративів російської пропаганди, її вплив на населення РФ та України.

Практичне значення роботи полягає у виявленні та класифікації основних методів російської пропаганди.

Логіка дослідження зумовила **структуру магістерської роботи:** вступ, два розділи, висновки до кожного з них, загальні висновки, список літератури.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Таким чином, підсумовуючи сказане, слід зазначити, що роль і функції ЗМІ в сучасному інформаційному суспільстві мають велике значення у формуванні свідомості населення. Наділені такими властивостями, ЗМІ мають владу над свідомістю людей, як і інші гілки державної влади. Щоб не стати «жертвою» ЗМІ та протидіяти медіа-маніпуляціям, пропонуємо такі поради: - порівнювати інформацію з різних і незалежних джерел; - враховувати інформацію та новини з надійних джерел з позитивною репутацією та які не спотворюють реальність; - знайомитися з інформацією, яку надають ЗМІ в країнах, де діє принцип свободи слова; - по можливості дивитися онлайн-трансляції з місця події без суб'єктивних оцінок і висновків; - інформація - це продукт, який слід споживати в міру.

Підсумовуючи, зазначимо, що будь-яка, навіть позитивна, фейкова інформація в результаті має негативний вплив і є шкідливим явищем в українському медіапросторі. Вирішувати це потрібно як на державному, так і на індивідуальному рівні. Щоб протистояти поширенню та спростувати вже опубліковану фейкову інформацію, необхідно дотримуватися кількох правил. По-перше, потрібно перевірити інформацію, яку ви поширюєте. Важливо пам'ятати, що інформація вважається достовірною лише тоді, коли вона підтверджена офіційними джерелами. Якщо заголовок повідомлення має неоднозначний зміст, то перед поясненням краще прокоментувати, пояснити зміст інформації, оскільки багато користувачів соціальних мереж читають лише заголовки. У разі поширення інформації користувач стає своєрідним джерелом, публічним журналістом, а в мережі за коментарі під публікацією відповідає автор повідомлення.

Також слід проаналізувати отриману інформацію, перевірити, чи є ця інформація на офіційному сайті чи на офіційному сайті особи, про яку ви пишете, і не поширювати новини, які ставлять під сумнів її правдивість. На державному рівні необхідно підвищити рівень медіаграмотності всіх категорій населення, поширювати через ЗМІ різноманітну соціальну рекламу, проводити моніторинг

соціальних мереж та інформувати громадськість про виявлену фейкову інформацію. Також варто залучити населення до викриття фейків. У цій сфері вже є певні напрацювання. Зокрема, у цьому напрямку активно працює громадський майданчик «Стоп.Фейк». Таких проектів має бути якомога більше, вони мають бути орієнтовані як на українську, так і на іноземну аудиторію. Публіку могли б зацікавити різноманітні конкурси, наприклад «Злови підробку», які забезпечували б певні винагороди для особливо активних пошукачів у цій сфері.

Виходячи з наведеного вище матеріалу, підсумовуючи, відзначаємо необхідність на законодавчому рівні чітко визначити ті елементи протиправної поведінки, які в кінцевому підсумку можуть бути ідентифіковані разом або окремо як способи пропаганди війни або як відносини, спрямовані на її пропаганду. І в цьому контексті засобів та інструментів кримінально-правової науки недостатньо. Виникає необхідність розширення меж кримінально-правової доктрини сукупності обставин, дій, фактів, що утворюють об'єктивну сторону злочину, наприклад пропаганду війни. А для цього необхідно розширити правове поле, в межах якого комплексно визначатимуться такі феномени, як «російська агресія», «пропаганда війни Росією», «опір російській агресії» тощо. Тобто необхідно розширити уявлення про окремі елементи інформаційної війни, гібридної війни як специфічних проявів злочинних дій.

Ми розуміємо, що головною проблемою є обмежені можливості застосування до цих дій категорії «пропаганда війни», зміст інформаційних послань, які Росія використовує через російські ЗМІ та соціальні мережі. Безпосередню шкоду, завдану такими діями, важко визначити, а отже важко ідентифікувати потерпілого, але якщо абстрагуватися від шкоди та зосередитися на характері дії – незаконне втручання у внутрішні справи Української держави з метою дестабілізації, створення негативного іміджу, дезінформація – все це треба розуміти як пропаганду війни Росією.

Ми розуміємо, що це в певному сенсі можна вважати політичним рішенням, але йдеться про протидію російській агресії як комплексу заходів і механізмів протидії агресії. Доктрина інформаційної безпеки за своїм

негативним впливом та значущістю для українського суспільства прирівнює інформацію, яка сприяє війні, до інших видів інформації, яка будь-яким чином розпалює ворожнечу, підриває територіальну цілісність чи державний суверенітет тощо.

Під час дослідження пропагандистських наративів про Україну в німецькомовній пресі 2022-2023 року враховано теоретичні засади медіалінгвістики та новітні наукові підходи до аналізу таких наративів. Медіалінгвістика, як галузь лінгвістики, вивчає мовні аспекти масової комунікації, зокрема, роль мови та текстів у формуванні суспільної думки та вплив на неї. Вона надає методологічні та теоретичні інструменти для аналізу мовленнєвих практик у медіа, у тому числі пропагандистських наративів.

Пропагандистські наративи аналізуються у контексті їхньої ідеологічної спрямованості та мети маніпуляції суспільною думкою. Поняття «ідеологія», «пропаганда» та «наратив» у лінгвістиці є ключовими для розуміння цього явища. Ідеологія визначає основні цінності та переконання, які відтворюються через пропагандистські наративи, які, у свою чергу, створюють візуальні, текстові та аудіо-візуальні образи для впливу на аудиторію. Дослідження включає аналіз інформаційних гібридних війн та маніпулятивних наративів, що є складовою частиною таких війн. Ці концепти допомагають розкрити сутність медійної маніпуляції та її вплив на суспільство та політичні процеси.

Методика добору емпіричного матеріалу включає в себе аналіз текстових матеріалів з німецькомовних ЗМІ, таких як статті, коментарі, інтерв'ю та інші види публікацій. Для кількісного та змістового аналізу використовуються методи лінгвістичного та контент-аналізу, які дозволяють систематично вивчати мовленнєві та семіотичні засоби, що використовуються в пропагандистських наративах. Проведено аналіз домінантних маніпулятивних пропагандистських наративів про Україну у німецькомовній пресі 2022-2023 року, який дозволяє отримати детальне розуміння тематичного спектру та ідеологічної спрямованості таких наративів.

Еволюція російських пропагандистських наративів у німецькомовній пресі з 2014 по 2023 рр. демонструє значні зміни у тактиці та змісті повідомлень, які

спрямовані на формування громадської думки та вплив на політичні рішення в Європі.

Після анексії Криму в 2014 році російська пропаганда активно розповсюджувала наративи про легітимність цієї дії, акцентуючи увагу на історичних та культурних зв'язках Криму з Росією. Одночасно висвітлювалися події на Донбасі, де війна представляється виключно як внутрішній український, з мінімізацією або повним запереченням ролі Росії. Ці повідомлення супроводжувалися звинуваченнями на адресу Заходу у підтримці «фашистського» режиму в Україні, що мало на меті дискредитувати уряд у Києві та виправдати агресивні дії Москви.

У період з 2017 по 2019 роки пропагандистські зусилля Росії зосереджувалися на легітимізації своєї позиції на міжнародній арені та просуванні ідеї про необхідність зняття економічних санкцій. Пропагандистські матеріали наголошували на негативних наслідках санкцій для європейської економіки, намагаючись створити враження, що ці заходи більше шкодять Європі, ніж Росії. У цьому ж періоді наративи активно використовували дезінформацію щодо отруєння Скрипалів, намагаючись дискредитувати розслідування британських органів влади і відволікти увагу від причетності російських спецслужб.

З 2020 року спостерігається посилення інформаційної кампанії на тлі пандемії COVID-19, де російські медіа зосереджувалися на критиці заходів західних урядів та просуванні російської вакцини «Спутник V» як найбільш ефективної. Одночасно з цим, продовжувалася дезінформація щодо внутрішніх проблем у країнах ЄС, з метою посіяти розбрат і недовіру до урядів.

З початком повномасштабного вторгнення в Україну у 2022 році, пропагандистські наративи зазнали нових змін, акцентуючи увагу на виправданні військових дій Росії, зображенні їх як необхідних для «захисту російськомовного населення» та боротьби з «нацизмом» в Україні. Ці повідомлення супроводжувалися спробами дискредитувати українське керівництво і західних союзників, які надавали підтримку Україні.

Отже, ми виявили кілька ключових недоліків у висвітленні цієї теми. По-перше, аналіз недостатньо враховує роль соціальних мереж та онлайн-платформ, які стали важливим каналом розповсюдження пропаганди поряд з традиційними ЗМІ. По-друге, слід звернути увагу на те, що деякі пропагандистські наративи могли мати різний вплив залежно від соціально-політичного контексту в різних країнах німецькомовного простору. Врахування цих аспектів могло б надати більш повну картину еволюції та ефективності російських пропагандистських зусиль у зазначений період.