

## **ОСОБЛИВОСТІ ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ НАРАТИВІВ У СУЧАСНІЙ АВІАЦІЙНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ**

**Артем Дмитрян,**

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
спеціальності 061 Журналістика

Національного авіаційного університету

**Науковий керівник –**

кандидат наук із соціальних комунікацій,  
доцент кафедри журналістики

Національного авіаційного університету

**Олена Мельникова-Курганова**

В сучасному світі інформаційні війни стають все більш поширеним явищем, а авіаційна сфера стає однією з ключових мішеней пропаганди. Пропагандистські наративи, що використовуються в авіаційній тематиці, можуть мати значний вплив на довіру до авіаційної сфери, авіаційної журналістики, а також на авіаційну безпеку та політичні рішення.

Пропаганда є явищем, що супроводжує людство протягом багатьох століть і виникла разом з розвитком суспільства та політики. Ідея впливати на маси та формувати громадську думку для досягнення конкретних цілей завжди приваблювала лідерів та правителів. Перші зразки пропаганди можна простежити ще в античних цивілізаціях, де владарі використовували символи, епічні історії та міфи для зміцнення своєї влади та авторитету.

Науковці Гарт Йовет та Вікторія О'Доннел запропонували коротке визначення терміну “пропаганда”: “Пропаганда – це умисні, систематичні спроби змінити сприйняття, маніпулювати пізнанням та спрямовувати поведінку для досягнення реакції, яка веде до бажаного наміру пропагандиста” [1, с. 7]. Це визначення дає підґрунтя для розуміння пропагандистських наративів як конкретних інструментів або стратегій, що використовуються пропагандистами для досягнення своїх цілей. Пропагандистські наративи не лише формують певний образ подій чи явищ, але й активно втручаються у процеси переконань, впливаючи на глобальну аудиторію через різноманітні медіаформи, включаючи новинні статті, фільми, соціальні мережі та інші засоби масової інформації.

Пропаганда є одним з головних інструментів в інформаційній війні, вона відіграє ключову роль у маніпуляції громадською думкою, формуванні переконань та впливі на поведінку мас. Відповідно до «Фактчекінг і медіаграмотність: словник термінів» автори зазначають, що «Інформаційна війна – це особливий різновид політичного насильства; сукупність спланованих інформаційно-технічних та інформаційно-психологічних операцій протидіючих сторін (держав) із впливу на установки та поведінку ворожої, дружньої чи нейтральної аудиторії задля досягнення суттєвих політичних та військових переваг як у воєнний, так і мирний час» [2, с. 29].

Сучасна пропаганда поширюється у першу чергу за допомогою журналістських матеріалів, не виключенням є авіаційна журналістика.

Авіаційна журналістика завжди посідала важливе місце у системі комунікацій держав – демонструвала прогрес у технологіях, військову міць країни, формувала авторитет. Матеріали, пов'язані з авіацією, як історично склалося, завжди розглядаються з особливою увагою. Згідно з даними Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA) у 2023 році показник усіх аварій становив 0,80 на мільйон секторів, тобто одна аварія на кожні 1,26 мільйона рейсів [3]. У сучасних інформаційних потоках відзначається непропорційність у відображенні аварій на дорозі та авіакатастроф. Якщо події, пов'язані з дорожньо-транспортними пригодами, рідко викликають значний резонанс у медіа, та інциденти, пов'язані з авіацією, можуть зосереджувати на собі увагу громадськості протягом тривалого часу. Така особливість сприйняття може бути пов'язана з психологічними аспектами, що характеризують унікальний статус авіаційних катастроф у свідомості людей, внаслідок чого інциденти в цій сфері вважаються більш значущими та важливими.

У зв'язку з такою важливістю авіаційної галузі цим користується пропаганда. Вона формує особливі наративи й дуже просто поширює серед населення. Наприклад, під час початку широкомасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України, російська пропаганда одразу заявила про знищення усієї авіації України. Своєю чергою, українська пропаганда розвинула концеп-

цію «Привида Києва», що стала прикладом високоефективного використання авіаційних мотивів у сучасній пропагандистській практиці.

Як показує практика, наративи про авіацію завжди відігравали важливу роль у формуванні громадської думки та політичних рішень. Це особливо актуально в контексті сучасних подій, таких як питання про постачання Україні літаків F-16. Матеріали, що поширюються пропагандою України чи окремих політичних партій в США стосовно F-16, не можна недооцінювати. Ці наративи мають значний вплив на геополітичну ситуацію, адже розглядаються не просто як технічна проблема, а як фактор, здатний вплинути на цілу геополітичну систему. Ця тема активно обговорюється в медіа, про що свідчать статті опубліковані у таких міжнародних виданнях: BBC, The New York Times, The Wall Street Journal, The Washington Post тощо. Важливо розуміти, що різні сторони конфлікту використовують наративи про F-16 для досягнення своїх цілей. Україна наголошує на тому, що F-16 необхідні для захисту країни від російської агресії, тоді як Росія намагається зменшити їхню цінність та поширює дезінформацію про ризики їхнього постачання.

Отже, у контексті сучасного інформаційного простору інформаційні війни виступають як важливий інструмент впливу на громадську думку та формування світогляду. Авіаційна сфера, завдяки своїй стратегічній важливості, стає ціллю для пропагандистських наративів, що зміцнює їхню роль в сучасній інформаційній війні. Пропаганда, як інструмент впливу, має глибокі історичні корені та відображає змінювані соціокультурні парадигми. Її розвиток і адаптація до нових технологічних реалій свідчать про гнучкість і еволюційну природу пропагандистських стратегій. Сучасна пропаганда, використовуючи різноманітні медіаформи, активно формує сприйняття авіаційних подій, впливаючи на глобальну аудиторію. Аналіз показує, що пропагандистські наративи в авіаційній сфері відіграють критичну роль у формуванні політичних рішень і геополітичних стратегій. Вони активно використовуються сторонами конфліктів для досягнення своїх цілей, надаючи ключове значення питанням, таким як постачання літаків F-16 для

України. Завдяки впливовій ролі пропаганди в авіаційній сфері, дослідження цього явища є критично важливим для розуміння динаміки інформаційних процесів, маніпуляцій та стратегій, що формують сучасну інформаційну реальність.

### **Список використаних джерел**

1. Garth Jowett and Victoria O'Donnell, *Propaganda and Persuasion*, 4th ed. Sage Publications, 2005. – 448 p
2. О. Гороховський, О. Мельникова-Курганова, П. Мірошніченко, Н. Островська Фактчекінг і медіаграмотність: словник термінів. URL: <https://without-lie.ams3.digitaloceanspaces.com/home/dr343163/without-lie.info/www/2020/10/%D0%A1%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%BA-%D0%BE%D1%82%D1%80.pdf> (дата звернення: 11.04.2024)
3. The International Air Transport Association (IATA) URL: <https://www.iata.org/en/pressroom/2024-releases/2024-02-28-01/> (дата звернення 11.04.2024).