

DOI 10.31558/2519-2949.2024.1.12

УДК 32.019.5:355.48(470:477)"2014/...

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8758-5798>**Віннічук О. В., Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5008-2751>**Руда Л. А., Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка**

## ПРОПАГАНДА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

*Проаналізовано сутність та особливості пропаганди в XXI ст. Приділено увагу історичній ретроспективі та тенденціям розвитку явища «пропаганди». Поняття пропаганди потрактовано в якості інструмента політичної комунікації з визначеною кінцевою метою. Окреслено основні ознаки російської пропаганди в Україні та доведено, що вона впливає на соціально-політичне, економічне, духовне, культурне життя суспільства.*

*Акцентовано увагу на тому, що російська пропаганда набула активного поширення в Україні з 2014 року та досягла точки апогею під час повномасштабної російсько-української війни. Зокрема, виділено основні популярні фрейми як: дегуманізація противника; порівняння опонента з Гітлером в будь-якій ситуації; використання мілітаристської тематики для зображення своїх лідерів; ворог влади виставляється як ворог держави; використання терміну «лінія партії» тощо.*

*Важливими засобами поширення пропаганди в умовах сьогодення є телебачення та соціальні мережі. Останні отримують перевагу, оскільки сприяють утриманню широкої аудиторії шляхом залучення лідерів думок та адаптовані до швидкого поширення контенту без ресурсних витрат.*

*Доведено, що пропаганда є достатньо дієвим інструментом в умовах російсько-української війни та спрямована на поширення нав'язливих фреймів не лише на території України, а й на теренах Європи. Саме тому, з метою протистояння російській пропагандистській машині було прийнято рішення про створення Міністерства інформаційної політики України та напрацьовано основні критерії протидії пропаганді.*

*Доведено, що пропагандистська діяльність у межах українського інфопростору є досить активною, проте наразі на державному рівні та рівні громадського активізму (волонтерська діяльність) створена система протистояння поширенню пропаганди.*

**Ключові слова:** політична комунікація, пропаганда, російсько-українська війна, фрейми, інформаційна війна

**Постановка проблеми.** XXI століття вчені вважають не лише століттям інформаційного поступу, епохою штучного інтелекту чи 4.0 епохою, а й століттям інформаційних війн. Адже основною тенденцією політичної комунікації в сучасному світі є засмічення інформаційного простору фейками, deepfake, пропагандою, мовою ворожнечі, маніпуляціями тощо.

Пропаганда, як метод переконування, з розвитком ЗМІ у XX ст. та з розвитком сучасних інформаційних технологій у XXI ст., отримала екстрашвидкий темп розвитку. Пропаганда не завжди має на меті змінити думку суспільства, а й, до прикладу, посилити страх чи радість, надати історії емоційного забарвлення, підняти чи знизити суспільні настрої тощо.

Актуальність досліджуваної теми полягає у аналізі впливу на українське суспільство, західних партнерів України та самих представників російського суспільства пропаганди як комунікативного інструментарію під час російсько-української війни.

Так, Г. Лебон у роботі «Психологія мас» відзначав, що суспільство, яке піддається ілюзорному впливу перестає мислити раціонально. Таке суспільство не є критичним та швидше повірить у брехню, а ніж правду. Логіка мислення полягає у тому, що суспільство, яке не здатне порівнювати, співставляти, аналізувати із застосування найпростіших загальнотеоретичних наукових методів (аналізу, індукції, дедукції ...) постійно піддається впливу третіх зацікавлених осіб [6, с. 8-9].

Актуальним інструментом підтримання комунікації за таких умов є пропаганда, мета якої полягає в досягненні психологічної переваги шляхом нав'язування населенню противника або ж населенню власної країни бажаних думок та поведінки.

Російська пропагандистська машина розв'язала глобальну інформаційну війну з метою зруйнувати довіру до демократичних інститутів та дезорієнтувати глобальне суспільство шляхом вливання фреймів правди, напівправди/напівбрехні чи суцільної брехні.

**Метою** дослідження є аналіз пропагандистської діяльності як інструменту політичної комунікації в умовах російсько-української війни.

**Виклад основного матеріалу.** Термін «пропаганда» (у перекладі з латині означає «щось, що підлягає поширенню») виник в 1622 року у Ватикані, коли для активної протидії реформації було утворено Конгрегацію поширення віри (її скорочена назва – Пропаганда). Основною метою цієї організації було поширення «правильної віри», а також переконування іновірців. У соціально-політичному житті суспільства термін «пропаганда» почали вживати наприкінці XVIII століття, а з середини XIX він набув негативних рис та вкоренився в сфері політики.

Епохою пропаганди можна назвати XX ст. В умовах тоталітарного політичного режиму, пропаганда – основний засіб комунікації з населенням. Зокрема, в СРСР існував окремий відділ агітації та пропаганди при ЦК КПРС, який перейменовували кілька разів, щоб прибрати слово «пропаганда» з назви, а в Третьюму Рейху існувало ціле Міністерство пропаганди та громадської просвіти [7]

Відомий американський політолог Гарольд Ласвелл, термін «пропаганда» пояснював як «вираження думки або дії, свідомо спрямоване індивідом або групою з метою впливу на думку або дії іншого індивіда або групи з визначеною кінцевою метою за допомогою маніпуляцій» [12].

Дослідники американської корпорації RAND (Research ANd Development) визначили чотири ознаки російської пропаганди: великий обсяг і багатоканальність; швидкість, безперервність і повторення; ігнорування об'єктивної реальності; відсутність логіки і послідовності [5, с. 111]

Пропаганда є самостійною складовою системи політичних комунікацій. Вона виступає засобом поширення ідеологічних поглядів, підтримання вже існуючої ідеології або ж боротьби з ворожою ідеологією. В умовах інформаційної війни пропаганда завжди намагається створити ілюзію «перемоги» або ж «руйнації», «кризи» чи «розквіту», «успіху» чи «занепаду». Яскравим прикладом передпропаганди стало поширення фреймів про Україну як «зłodійку, що краде газ», фрейми про три сорти українців, який похитнув українське суспільство зсередини та посіяв внутрішнє протистояння між різними соціальними групами.

Американські дослідники виділяють 3 важливі завдання інформації стосовно ворога під час війни: формувати міжнародну думку про ворога, змінювати уявлення ворога про співвідношення сил, сприяти нестабільності ворога. В умовах російсько-української війни така тактика реалізовувалася у наступних пропагандистських нарративах: «Путін все одно перемаже», «В Україні скрізь зрада», «Київський режим відповідальний за війну» тощо [5, с. 325]

Щоб зрозуміти можливості впливу пропаганди на зміни соціально-політичного, економічного, духовного, культурного життя суспільства, необхідно проаналізувати тенденції поступового вливання маніпулятивних нарративів у свідомість суспільства.

Аналізуючи структуру інформації російськими ЗМІ та потрактування інформації російськими ЗМІ, можна виділити наступні типи пропаганди у формі міфів, зокрема: історичний міф (про винятковість російського народу); географічний міф (про Крим як одвічно «руську» землю, про новоросію); національний міф (про необхідність захисту російськомовного населення в Україні, про росіян як «старшого брата» українців); політичний міф (про київську хунту, «злих бандерівців», каральні батальйони, ультрарадикалів із «Правого сектора»). [3].

Сучасна пропаганда починається з психологічної війни, яка базується на двох основних діях:

1) Насамперед новини відбираються під певні теми, після чого під певним світлом подаються своїм громадянам та своїм супротивникам;

2) По-друге, значимість події зменшується або збільшується відповідно до нарративу пропаганди [8, с. 74-76].

Пропаганда – це технологія, яка може застосовувати різні методи задля досягнення цілей або збереження статусу, як у випадку рф. Політичне керівництво рф перебувати в позиції, яка ілюструється словами Червоної Королеви з «Аліси в Задзеркаллі»: «Щоб залишатися на місці, треба бігти вдвічі швидше»: всі зусилля, що додаються політичною елітою, мають на меті лише збереження

поточного становища [13, с. 51-67]. З 2014 року і до сьогодні псевдоімперія успішно застосовувала політичну пропаганду для приниження українців в очах росіян дестабілізації українського суспільства. Пропаганда посилилася і в умовах повномасштабної війни з 2022 року, вдаючись до різноманітних інструментаріїв задля поширення ключових наративів серед власного населення та «ворога». Серед популярних практик фахівці виокремлюють :

1. Дегуманізація противника. Тотальне і нещадне приниження ворога (опонента) є однією з основних цілей пропаганди. Саме тому президент рф володимир путін не раз в своїх виступах описував жителів України як «бандерівців, нацистів та наркоманів». Ще від 2014 року російська пропаганда почала працювати на тимчасово окупованих територіях. В кожному випуску новин більша частина повідомлень про «жахливу владу нацистів та націоналістів». Заголовками в ЗМІ підконтрольних бойовикам угруповань «ДНР» та «ЛНР» були: «В Києві продовжують марити», «Українців почали масово виганяти з Європи» тощо.

2. Порівняння опонента з Гітлером в будь-якій ситуації. Коли демагогам бракує обґрунтованих аргументів, цей прийом використовується відразу. Останнім часом на російському телебаченні президента України Володимира Зеленського порівнювали з фюрером, при цьому акцентуючи увагу на культурі «ми перемогли у Другій світовій війні». Пропагандисти вже кілька десятиліть зображують росію єдиним переможцем, ігноруючи внесок інших держав.

3. Використання мілітаристської тематики для зображення своїх лідерів. Такий прийом використовується в білоруській та російській пропаганді. Тут мілітаристська тематика допомагає зобразити лідерів держави нібито сильними, мужніми та войовничими. Тоді населення сприймає їх як представників влади, яка керує «залізною рукою». Необхідно зауважити, що такі наративи впроваджувалися в український інформаційний простір у 2004-2013 рр. досить активно, акцентуючи увагу на неспроможності продемократичних лідерів управляти країною. Побачивши по телебаченню такого «вождя» люди вже не задумуються, що перед ними звичайні корупціонери, деспоти. Недарма більша половина росіян захоплюється Й. Сталіним.

4. Ворог влади виставляється як ворог держави. Це ще один популярний прийом, який показує, як працює російська пропаганда останні роки. Персона вождя (володимира путіна) ототожнюється з державою. Недарма очільник держдуми рф в'ячеслав володін якось сказав: «Без путіна немає росії». Завдяки цій фразі пропагандисти можуть стверджувати, що критика влади та в. путіна – це антипатріотично та зрадницьки.

5. Використання терміну «лінія партії». З'явився він ще за радянських часів, але в рф не втратив своєї актуальності до нині. Завдяки телебаченню Росія забезпечує серед свого населення псевдопатріотичний запал. Сьогодні буквально все у пропагандистських ток-шоу оформлено в кольорах національного прапора. Так у глядача з'являється відчуття однаковості, єдності, причетності до «справ в державі» та патріотизму [7].

Нейрофізіолог Алекс Корб відзначав, що «мозок кожної людини налаштований сприймати емоційно забарвлену інформацію набагато гостріше, ніж звичайні факти» [1, р. 67]. Отож, факти мають бути достатньо переконливими, щоб спростувати інформацію. Як не дивно, але сухі факти не працюють.

На початку XXI ст. основними джерелами поширення пропаганди були телебачення та соціальні мережі. В умовах повномасштабної російсько-української війни перевагу отримують соціальні мережі, адже вони адаптовані до швидкого поширення контенту, без великих витрат. Прикладом цього твердження може стати трансформація соціальної мережі Facebook, яка до 2014 року була простором рівності для всіх її учасників. Після 2014 український сегмент мережі став мегаполітизованим. Щодо попередньої тези Д. Кулеба зазначає, що «політики витрачають ресурси на те, щоб звабити лідера думки, який потім звабить нас» [5, с. 271].

В умовах війни між росією та Україною з 2014 року сили сторін як у військовій, як і у комунікативній війні, були нерівними. Інформаційною зброєю російського ТБ був канал RT та армія ботів з троями. Для протистояння пропагандистській машині було створено антипропагандистські канали в українських соціальних мережах на кшталт «Інформаційне військо» та зроблено ставку на лідерів думок як сарафанного радіо. Їхньою метою було ефективний вплив на суспільні симпатії та ухвалення позитивних політичних рішень міжнародною спільнотою. Все це стало можливим лише завдяки ефективній соціально-політичній комунікації. За таких умов лідерами думок ставали відомі блогери, актори, співаки, бізнесмени, громадські діячі тощо. В Україні росія методично вбивала клин між суспільством, армією та владою, а також між окремими групами в межах цих спільнот [5, с. 325].

Розуміючи загрозу національній безпеці України, було прийнято рішення на законодавчому рівні затвердити нормативно-правові акти, які би сприяли боротьбі з дезінформацією, маніпуляцією та похідними складовими: Закон України «Про національну безпеку України» від 21.06.2015 р. [9]; Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України» від 29.12.2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України» [11]; Указ Президента України у травні 2017 року щодо власників російських компаній [10] соціальних мереж «Вконтакте» та «Однокласники», пошуковиком «Яндекс» і поштовим сервісом Mail.ru.

Важливу роль у протистоянні інформаційному відіграло Міністерство інформаційної політики, створене в 2014 році з метою формування повноцінної системи державних комунікацій.

Д. Кулеба у праці «Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот» називає три основні причини необхідності інвестувати у розвиток Міністерства інформаційної політики:

- в наших умовах система державних комунікацій не може функціонувати без ієрархічного органу, який має авторитет;
- журналісти і медіа потребують свого адвоката у владі;
- держава повинна управляти інформацією, не перетинаючи червоні лінії, що захищають свободу слова [5, с. 346].

Достатньо суперечливою була необхідність формування єдиного центру управління державною комунікацією, оскільки це могло б призвести до запровадження авторитарних тенденцій в керуванні. Проте в умовах інформаційної війни, «мета виправдовує засоби». Зважаючи на нерозуміння значною частиною українського суспільства справжніх реалій російсько-українського військово-політичного конфлікту (адже значна частина населення вважали, що саме київська хунта розпочала війну на Донбасі) необхідно було розвіювати такі наративи. До того ж, потрібно розуміти, що національна безпека України базується на ефективній комунікації та довірі громадян та міжнародних партнерів.

Від самого початку агресії у лютому 2014 році росія старанно заперечує факт своєї війни з Україною. Під час гібридного її етапу (на сході України) кремль оперував поняттям «громадянська війна»: визнаючи масштаб збройного конфлікту, але відмовляючись визнавати себе його учасником.

Повномасштабне вторгнення 24 лютого 2022 року російська пропагандистська машина назвала «Спеціальна воєнна операція» (СВО), намагаючись виправдати дії влади та з метою запобігти підвищенню соціальної напруженості в росії.

Однією з головних цілей «СВО» стала денацифікація. Таким чином представники провладної еліти намагалися зменшити рівень економічної, політичної, військової підтримки західних партнерів, ототожнюючи українців з нацистами.

З метою заручитися довірою росін та міжнародної спільноти, було апробовано в суспільстві чимало сюжетних ліній, які стосувалися бажання значної частини українців приєднатися до рф. Яскравим прикладом стала пропагандистська лінія, побудована на сюжеті бабусі з червоним прапором, яка йде назустріч українським військовим. Це стало основою для ліплення образу проросійського старшого покоління, яке «втомилосся жити під владою України і радо вітало російських визволителів». У Росії одразу підхопили кадри відео з червоним прапором і використали пенсіонерку як живий символ «проросійської України», жінку, яка «сміливо протистояла націоналістам». Саме відео, показували не повністю. Російські ЗМІ обрізали його і залишила лише фрагмент з прапором. Так жінку зобразили героїнею, що радісно зустрічала окупантів [2].

Популярними темами роспропаганди стали також ядерний шантаж (звинувачення України у створенні «брудної бомби», загрози обстрілів українською стороною окупованих росіянами АЕС); створення біолабораторій, в контексті розроблення в Україні біологічної зброї, архетипи заражених птахів, які несуть смерть.

Тема секретних біолабораторій близька і переконлива для адептів конспірології, величезна кількість яких живе як у Росії, так і на Заході. Вони вже були до цього підготовлені місяцями «боротьби проти змов» навколо пандемії COVID-19 [2].

Старший науковий співробітник Данського інституту міжнародних досліджень Флемінг Сплідсбоель Хенсен запропонував наступні аспекти протидії пропаганді:

- нове законодавство;
- технічні рішення (впровадження штучного інтелекту);
- фінансування (суспільне/громадське телебачення);
- якісна журналістика;
- когнітивна протидія [4].

**Висновки дослідження й перспективи подальших розвідок.** Пропаганда працює в інформаційному середовищі України та світової спільноти досить активно. Тенденції до активізації пропагандистської діяльності як інструменту політичної комунікації з'явилися на початку 2000-х років. Її метою стало розбалансування інформаційних платформ України задля поширення фреймів зневіри у майбутнє Української державності.

Пропагандистська діяльність заснована на маніпуляції емоціями стала більш настирливою з початку російсько-української війни. За період 2014-2022 рр. провладна еліта України вибудовувала шляхи протистояння активній пропаганді з метою захистити власний інфопростір та підтримувати рівень довіри міжнародних партнерів. Тому, на момент повномасштабного вторгнення в Україну уже були напрацьовані механізми протидії російській пропаганді, які базувалися на спростуванні інформації, порівняні із західними ЗМІ, тролінгу фреймів та наративів, поширених російськими пропагандистами завдяки ефективній роботі фахівців Міністерства цифрової трансформації України, фахівців-практиків та волонтерів у соцмережах, активностях громадян України, наполегливій роботі посольств України, української діаспори за кордоном тощо.

#### **Бібліографічний список:**

1. Korb Alex. The Upward Spiral: Using Neuroscience to Reverse the Course of Depression, One Small Change at a Time. New Harbinger Publications, 2015. 225 p.
2. 10 фіаско російської пропаганди у 2022 році. *Детектор медіа* : веб-сайт. URL: <https://detector.media/infospace/article/206582/2022-12-31-10-fiasko-rosiyskoi-propagandy-u-2022-rotsi/> (дата звернення: 06.01.2024).
3. Гапій В. Е. Пропаганда як інструмент впливу на підсвідомість людини в сучасній Україні. *Молодий вчений*. 2018. № 1(2), С. 636-641.
4. Голуб О. Методи впливу пропаганди та протидія їм. Інститут масової комунікації. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/metody-vplyvu-propagandy-ta-protydiya-nym-i30638> (дата звернення: 14.01.2024).
5. Кулеба Д. Війна за реальність Як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. Вид. 3-тє, оновлене. Київ : Книголав, 2022. 384 с.
6. Лебон Г. Психологія мас. «Мультимедійне видавництво Стрельбицького», 2020. 87 с.
7. Мележик Т. Що таке пропаганда: її вплив на людей та як вона працює в умовах війни. URL: <https://tsn.ua/ato/scho-take-propaganda-yiyi-vpliv-na-lyudey-ta-yak-vona-pracyuye-v-umovah-viyni-2068972.html> (дата звернення: 16.01.2024).
8. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.
9. Про національну безпеку України : Закон України від 04.03.2020 р. № 522-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#Text> (дата звернення: 14.01.2024).
10. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року "Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)". Указ Президента України від 15.05.2017 р. №133/2017. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/1332017-21850> (дата звернення: 14.01.2024).
11. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України». Указ Президента України від 25.02.2017 р. № 47/2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017#Text> (дата звернення: 14.01.2024).
12. Пропаганда: історія питання. URL: <https://uchoose.info/propaganda-istoriya-pytannya/> (дата звернення: 16.01.2024).
13. Сушко А. І., Прохоренко А. М. Політична пропаганда як складова інформативно-комунікативної діяльності органів державної влади. *Актуальні проблеми політики*. 2023. Вип. 72. С. 57-61. DOI 10.32782/app.v72.2023.9

#### **References:**

1. Korb Alex. The Upward Spiral: Using Neuroscience to Reverse the Course of Depression, One Small Change at a Time. New Harbinger Publications, 2015. 225 p.
2. 10 fiasko rosiiskoi propahandy u 2022 rotsi. *Detektor media* : veb-sait. URL: <https://detector.media/infospace/article/206582/2022-12-31-10-fiasko-rosiyskoi-propagandy-u-2022-rotsi/> (data zvernennia: 06.01.2024).
3. Napii V. E. Propahanda yak instrument vplyvu na pidsvidomist liudyny v suchasni Ukraini. *Molodyi vchenyi*. 2018. № 1(2), S. 636-641.
4. Holub O. Metody vplyvu propahandy ta protydiia yim. Instytut masovoi komunikatsii. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/metody-vplyvu-propagandy-ta-protydiya-nym-i30638> (data zvernennia: 14.01.2024).

5. Kuleba D. Viina za realnist Yak peremahaty u sviti feikiv, pravd i spilnot. Vyd. 3-tie, onovlene. Kyiv : Knyholav, 2022. 384 s.
6. Lebon H. Psykholohiia mas. «Multymediine vydavnytstvo Strelbytskoho», 2020. 87 s.
7. Melezhyk T. Shcho take propahanda: yii vplyv na liudei ta yak vona pratsiuie v umovakh viiny. URL: <https://tsn.ua/ato/scho-take-propaganda-yiyi-vplyv-na-lyudey-ta-yak-vona-pracyuye-v-umovah-viyni-2068972.html> (data zvernennia: 16.01.2024).
8. Pocheptsov, H. Vid pokemoniv do hibrydnykh vijn: novi komunikatyvni tekhnolohii XXI stolittia, Vydavnychyj dim «Kyievo-Mohylians'ka akademiia», Kyiv, 2017. 260 s.
9. Pro natsionalnu bezpeku Ukrainy : Zakon Ukrainy vid 04.03.2020 r. № 522-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#Text> (data zvernennia: 14.01.2024).
10. Pro rishennia Rady natsionalnoi bezpeky i oborony Ukrainy vid 28 kvitnia 2017 roku "Pro zastosuvannia personalnykh spetsialnykh ekonomichnykh ta inshykh obmezhuvalnykh zakhodiv (sanktsii)". Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 15.05.2017 r. №133/2017. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/1332017-21850> (data zvernennia: 14.01.2024).
11. Pro rishennia Rady natsionalnoi bezpeky i oborony Ukrainy vid 29 hrudnia 2016 roku «Pro Doktrynu informatsiinoi bezpeky Ukrainy». Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 25.02.2017 r. № 47/2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017#Text> (data zvernennia: 14.01.2024).
12. Propahanda: istoriia pytannia. URL: <https://uchoose.info/propaganda-istoriya-pytannya/> (data zvernennia: 16.01.2024).
13. Sushko A. I., Prokhorenko A. M. Politychna propahanda yak skladova informatyvno-komunikatyvnoi diialnosti orhaniv derzhavnoi vlady. *Aktualni problemy polityky*. 2023. Vyp. 72. S. 57-61. DOI 10.32782/app.v72.2023.9
22. 88% ukraintsiv vidchuvaiut vysokyi riven stresu cherez viinu, – doslidzhennia. *Lb.ua*. URL: [https://lb.ua/society/2023/05/05/554120\\_88\\_ukraintsiv\\_vidchuvayut\\_visokiy.html](https://lb.ua/society/2023/05/05/554120_88_ukraintsiv_vidchuvayut_visokiy.html)

**Vinnichuk O. V., Ruda L. A. Propaganda as a tool of political communication in the context of the russian-ukrainian war**

*The article analyzes the essence and features of propaganda in the twenty-first century. Attention is paid to the historical retrospective and trends in the development of the phenomenon of "propaganda". The concept of propaganda is interpreted as a tool of political communication with a specific ultimate goal. The main features of Russian propaganda in Ukraine are outlined and it is proved that it affects the socio-political, economic, spiritual, and cultural life of society.*

*The author emphasizes that Russian propaganda has been actively spreading in Ukraine since 2014 and reached its peak during the full-scale Russian-Ukrainian war. In particular, the author highlights the main popular frames such as: dehumanization of the enemy; comparing the opponent to Hitler in any situation; using militaristic themes to portray their leaders; the enemy of the government is presented as an enemy of the state; using the term "party line", etc.*

*Television and social media are important means of spreading propaganda in today's context. The latter have an advantage because they help to retain a wide audience by engaging opinion leaders and are adapted to the rapid dissemination of content without resource costs.*

*It is proved that propaganda is a fairly effective tool in the context of the russian-ukrainian war and is aimed at spreading obsessive frames not only in Ukraine but also in Europe. That is why, in order to counteract the russian propaganda machine, it was decided to establish the Ministry of Information Policy of Ukraine and to develop the main criteria for countering propaganda.*

*It is proved that propaganda activities within the Ukrainian information space are quite active, but at present, a system of countering the spread of propaganda has been created at the state level and at the level of public activism (volunteer activity).*

**Keywords:** *political communication, propaganda, russian-ukrainian war, frames, information warfare.*