

А. Ф. Коваленко

кандидат філологічних наук, доцент
e-mail: kovalenkoalla777@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6750-9133
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, Україна, 65000

ВІДЛУННЯ ПРОПАГАНДИ: КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ВІЙСЬКОВИХ МЕДІА В УКРАЇНІ ТА ТУРЕЧЧИНІ

Військова журналістика в умовах воєнного конфлікту набуває особливої цінності й ролі, адже виступає не тільки іміджеформувальним фактором національних військ (ЗСУ), а й джерелом перевіреної, дозованої інформації, яка в умовах війни та інформаційно-психологічних атак ворога вкрай необхідна як для військових, так і пересічних українців. Це той випадок, коли «позитивна» пропаганда вітається та є необхідною складовою боротьби з агресором не тільки для військових, а й для всього суспільства для належного спротиву. Незважаючи на військовий стан, певні матеріальні, технічні, подекуди й фінансові обмеження, вимоги часу щодо реформування військової журналістики як такої, спеціалізовані медіа демонструють позитивну динаміку й перспективи розвитку, позаяк не тільки виховують патріотизм, висвітлюють події театру військових дій, за яким пильно спостерігає світ, а й показують новий тип війни з огляду на технології, залученість учасників та світових ЗМІ, у цілому сучасного інформаційного простору тощо.

Мета розвідки – проаналізувати українські та турецькі військові онлайн медіа на предмет виявлення в них різних видів пропаганди, використання пропагандистських технологій, їх впливу на інформаційний простір своїх країн та читацьку аудиторію.

Методологія дослідження. У ході проведення дослідження було використано ряд методів, серед яких класифікація (для виокремлення типів пропаганди в українських та турецьких військових медіа); синхронічний (акцентуація на контекст міжнародних воєнних конфліктів та воєн, зокрема повномасштабне вторгнення Росії в Україну та війна в Ізраїлі); компаративний (для обґрунтування різних видів пропаганди та технологій в аналізованих медіа щодо культурно-історичних, релігійних особливостей і сучасної внутрішньої й міжнародної політики обох країн); інтерпретативний (для аналізу змісту матеріалів та предмета дослідження); загальнонаукові методи, зокрема порівняння (для встановлення спільних і відмінних рис пропаганди та методів впливу); проблемно-тематичний і жанровий аналіз (для встановлення спеціалізації видання, інформаційної політики, вивчення контенту); синтез (для узагальнення певних тенденцій у журналістських матеріалах та інформаційній політиці медіа); моніторингу та спостереження (для виявлення технологій впливу в конкретних матеріалах) тощо.

Результати. Встановлено, що роль нових українських та турецьких військових медіа важко переоцінити, оскільки в одному випадку вони відіграють важливу роль у виживанні та існуванні суверенної держави, а в іншому – використовуються для піднесення військової галузі, економічного розвитку держави та формування політичного іміджу очільників держави (в умовах виборчої кампанії), пропаганди їх режиму, а також формування міжнародного іміджу Туреччини як регіонального лідера й серйозного гравця в міжнародній політиці, вирішенні воєнних конфліктів. Виявлено, що горизонтальна пропаганда в українських медіа не тільки виправдана, а й доцільна в умовах війни для захисту державності, збереження національної ідентичності, інституту армії й виживання народу. Попит на таку журналістику, як і пропаганду, очевидний, особливо з огляду на відсоток суспільної довіри, як до військового керівництва, так і ЗСУ в цілому. На прикладі аналізу конкретних видань вдалося визначити особливості пропагандистських стратегій обох країн, які беруть участь у війні, не є опонентами чи ворогами, натомість мають певну співпрацю в галузі озброєння, але належать до різних політичних режимів, мають різні культурно-історичні та релігійні впливи, різну мету. Відповідно простежуються як спільні, так і відмінні риси у видах пропаганди, стратегіях і технологіях впливу на аудиторію.

Новизна. У статті вперше здійснюється порівняльний аналіз журналістських матеріалів спеціалізованих українських цифрових медіа (український військовий портал «Defense Express» та «Ukrainian Military Pages» і турецьких «Defense Turk» та «C4 Defense»). Проаналізовано матеріали, інформаційну політику спеціалізованих медіа країн, що співпрацюють у військовій

сфері, виокремлено пропагандистські стратегії та певний тип комунікації з аудиторією, зокрема технології впливу на своїх читачів з метою встановлення відповідної репрезентації результатів, специфіки та перспектив вивчення.

Практичне значення. Результати досліджень можуть бути використані для подальшого аналізу онлайн медіа військової сфери, виявлення особливостей їх пропаганди в умовах війни, удосконалення медіа цієї галузі. Також матеріали дослідження можна використовувати в межах освітніх програм, окремих курсів та спецкурсів у військових закладах України.

Ключові слова: військові медіа, громадська думка, Україна, Туреччина, аналіз, контент, пропаганда, стратегія, технології.

I. Вступ

У сучасному світі, де інформація стає ключовим елементом національної безпеки та оборони, роль військових видань у формуванні оборонної політики й громадської думки в Україні та Туреччині не може бути недооціненою, особливо в умовах загрози виникнення третьої світової війни. Виходячи з геополітичних викликів, безпосередньої участі у війні України з РФ та Туреччини в Сирійській війні й арабо-ізраїльському конфлікті, дослідження впливу військових ЗМІ на національну безпеку та оборону набуває особливої актуальності. Це надає змогу не лише краще розуміти механізми інформаційного впливу на суспільство, а й розробляти ефективніші стратегії протидії загрозам. Доречність дослідження військових медіа зумовлена ще й домінуванням цієї тематики в сучасному світовому інформаційному просторі на тлі воєнних дій, значної кількості військових медіа в Україні, серед яких і Військове телебачення України (ЦТРС Міноборони України), і радіо «АрміяFM», й інформаційне агентство «АрміяINFORM», і науково-технічні, науково-теоретичні та науково-практичні військові видання.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета цього дослідження полягає в комплексному аналізі контенту щодо інформаційних стратегій та залучення аудиторії, методів і типів пропаганди, які використовують військові видання в Україні та Туреччині задля ідентифікації їхнього впливу на формування державної оборонної політики й громадської свідомості. За допомогою порівняльного аналізу підходів обох країн до використання медіа в оборонній сфері можна зрозуміти наміри обох держав, що беруть участь у війнах (російсько-українській (Україна), сирійській та арабо-ізраїльській (Туреччина), співпрацюють у галузі воєнного озброєння та визначити ступінь важливості такої проблематики.

Методи дослідження: інтерпретативний, компаративний, синхронічний, а також загальнонаукові методи аналізу, синтезу, порівняння тощо.

Вибір об'єкта дослідження надає змогу не тільки зосередитися на конкретних прикладах використання медійного простору військовими силами, але й виявити унікальні стратегії пропаганди та інформаційного впливу, які застосовують у різних культурних та політичних контекстах. Такий підхід не лише збагачує наше розуміння ролі військових ЗМІ у формуванні громадської думки, а й висвітлює специфіку використання інформаційних кампаній у контексті національної безпеки й оборони. Серед військових видань вузької спеціалізації, як-то науково-технічний журнал «Системи озброєння і військова техніка», «Наука і оборона», «Наука і техніка Повітряних Сил Збройних Сил України» тощо, нами обрано українські видання (український військовий портал) «Defense Express» та «Ukrainian Military Pages» і турецькі «Defense Turk» та «C4 Defence» як нові медіа, які змінюють підхід до пропаганди та інформаційного контролю під час військових конфліктів, адаптуються до цифрових викликів і модифікують формат комунікацій військових медіа. Проведено аналіз їхнього контенту (135 матеріалів) з лютого 2022 р. до березня 2024 р.

III. Результати

Українська військова преса неодноразово ставала об'єктом наукових досліджень: від її витоків до сучасних тенденцій. Цю журналістику досліджували І. Крупський, С. Горєвалов, С. Кость, Г. Кривошея та інші, виокремлюючи певні етапи її розвитку, подаючи періодизації тощо. Примітно, що в цих розвідках серед інших порушувалися питання методології, або ж приналежності/неприналежності конкретних видань до військової преси України тощо. Так, Г. Кривошея [14], полемізуючи з І. Крупським [15], обстоює питання включення російськомовної воєнної періодики до українських набутоків, оскільки, на його думку, «прогресивна російська журналістика» в цілому позитивно вплинула на хід і розвиток української, тобто пропонує уникати самоізоляції у вивченні української військової журналістики та вибірковості в предметі аналізу. Натомість С. Кость у дискусії наголошує, що єдиним критерієм для визначення приналежності видань до військової преси України має бути «їдея української державності та незалежності, що відображає головний тренд українського сюжету всесвітньої історії» [13, с. 26], а відповідно, україномовні видання часів окупації 1941–1943 рр. не треба включати в перелік, оскільки можна дійти й до звинувачень у колабораціонізмі, як і військові видання, що підпали під вплив російських декабристів, не можна залучати до корпусу військової періодики. Також С. Кость виступає проти ототожнення термінів «військова преса» та «військова журналістика», зрештою в навчальному виданні «Історія української

військової преси» він виокремлює критерії, на основі яких можна уналежнювати видання до військової преси, зокрема критерії видавця, аудиторії, змісту, політико-ідеологічний та мовний [13]. Дискусії є принципово важливими, адже так чи інакше ідеологічний фактор стає визначальним для оцінювання, комплексного аналізу саме військової журналістики, особливо на сучасному етапі під час російсько-української війни, звідси активізація досліджень у період незалежності тощо. Наразі вивчають різні аспекти функціонування сучасних військових ЗМІ, як, до прикладу, формування позитивного іміджу (Н. Підмогильна, А. Наурузов) мілітарних видань, образу героя як елемента ідеологічної пропаганди тоталітарних суспільств, зокрема в радянському літературознавстві тощо (Ю. Кінзерська та В. Посмітна) тощо. Так, М. Праута в статті «Місце військових медіа серед джерел інформації для військовослужбовців ЗС України» [21] вивчає роль зазначених медіа поряд з офіційними джерелами інформації та визначає, наскільки важливі спеціалізовані видання Міністерства оборони та Збройних Сил України. Зокрема, Н. Підмогильна та А. Наурузов [17] аналізують державні та приватні військові ЗМІ, досліджуючи їхній контент, зважають на жанрову палітру, проблемно-тематичні лінії тощо.

Роль військової журналістики у формуванні суспільної думки, вплив на політичні та воєнні процеси (війна в Сирії та Ізраїлі), а також функції пропаганди стали темами численних наукових праць у Туреччині. Серед турецьких дослідників, які активно вивчали пропаганду у вітчизняній військовій пресі, можна виділити таких, як Мутлу Бінарк [33], Ільхан Їлдірим [44], Ахмет Ташпинар [48], Есра Ельмас і Серхат Еркмен [38], Сулейман Ірван [42] та ін. Науковці акцентували увагу на ідеологічній та політичній ролі цих медіа, що робить їх важливим інструментом у розбудові держави та впливі на внутрішню й зовнішню політику. Так, Мутлу Бінарк у праці «Ідеологічна та політична роль військових медіа: приклад Туреччини» [33] наголошує, що ці медіа слугували інструментом підтримки офіційної політики та поширення державної пропаганди, особливо під час військових операцій. Автор ретельно аналізує вплив медіа на політичні, зокрема виборчі, процеси в Туреччині, розкриваючи, як ці ресурси використовували для зміцнення національної єдності та підтримки урядових дій. Ахмет Ташпинар у праці «Збройні сили Туреччини та медіа: аналіз взаємодії» [48] вивчає, як медіа впливають на громадське сприйняття армії та військових операцій, а також як збройні сили використовують медіа для поширення своїх меседжів. Есра Ельмас і Серхат Еркмен у праці «Військові медіа і публічний простір у Туреччині» [38] акцентують на тому, що медіа створюють рамки для обговорення суспільно-політичних питань та впливають на формування суспільної думки. Одна з останніх монографій «Трансформація військових медіа і новий медіапорядок» Сулеймана Ірвана [42] сфокусована на адаптації військових медіа до викликів цифрової епохи, змінах у форматах комунікації військових медіа, зокрема переході від традиційних засобів до цифрових платформ. Дослідник акцентує увагу на тому, як нові медіа змінюють підхід до пропаганди та інформаційного контролю під час військових конфліктів. Також він доводить, що соціальні мережі та онлайн-платформи принципово важливі сьогодні для поширення військової інформації, підкреслюючи, що ці зміни значно впливають на ефективність комунікацій та на суспільне сприйняття конфліктів.

Протягом ХХ–ХХІ ст. пропаганду розглядали багато відомих учених, серед яких як зарубіжні (С. Чакотін, Ж. Еллюль, Е. Герман, Н. Чомський, П. Померанцев та ін.), так і українські (зокрема Г. Почепцов, О. Холод, В. Торчний та ін.). Модель пропаганди Жака Еллюля, серед якої він виділяв відкриту й приховану, соціологічну, політичну тощо, а також горизонтальну та вертикальну, передбачала використання міфів, з допомогою яких відбувалося керування масами: міфу прогресу, роботи, щастя, країни, героя, молоді тощо. Це, на думку вченого, універсальні прийоми, оскільки вони не піддаються сумніву. Серж Чакотін у запропонованій моделі всесильної пропаганди висунув теорію зв'язку ідеологічної складової з рефлексами людини, стверджуючи, що їх є чотири: агресивний, сексуальний, захисний та харчовий. Відповідно пропаганда – «це повтор гасел, які торкалися інстинктів і почуттів людини» [22, с. 218]. Г. Почепцов розвинув думку, що в сучасних реаліях, нових комунікаціях, тобто в епоху інформаційних війн, пропаганда використовує старий інструментарій у нових умовах, а тому стверджує, що «пропаганда – це маніпулювання смислами» [19]. Одним із її прийомів називає використання ярликів, з допомогою яких відбувається відсилання на потрібні смисли, інтервенція своїх смислів у чужу дійсність, використання публічних осіб, експертів та соціальних мереж в інтересах ідеології. Як результат зміна системи цінностей, національних пріоритетів і уявлень про національні інтереси [19, с. 34–43]. Серед пріоритетних напрямів у російській (тоталітарній) пропаганді виділяє тренд відродження імперії, образ ворога; боротьбу за підтримку місцевого населення, співпрацю з економічними агентами інших країн проти ворога (України), розробку інформаційних операцій тощо.

Обидва україномовні спеціалізовані цифрові медіа наразі популярні, містять інформацію про військовий потенціал України в контексті російсько-української війни, технологічні досягнення, розробки, типи зброї тощо. Однак «Defense Express» розраховане на вузьку аудиторію (фахівців оборонної промисловості, військовослужбовців, політиків та ентузіастів), більше пов'язане з військовим бізнесом, позаяк засноване консалтинговою компанією Defense Express Media & Consulting Company, що має два друковані журнали та вебпортал. У ньому можна виокремити такі

проблемно-тематичні лінії, як висвітлення новин оборонної промисловості, аналітика й звіти про військові технології, розробки озброєнь та стратегічну оборонну розвідку в рубриках «Новини», «Зброя & Технології», «Армії & Війни», «Люди & Компанії», «Думки & Ідеї» тощо. Це переважно матеріали Олега Каткова, Олексія Левкова, Івана Киричевського, Валерія Рябих та ін. Натомість Ukrainian Military Pages націлений на широку аудиторію, включаючи військовослужбовців, представників оборонної промисловості та широку громадськість, яка цікавиться українськими військовими справами. Його засновник – Незалежний військовий інформаційний портал. Тут Валерій Носковський, Сергій Літвін, Максим Пташнюк, Дмитро Кондрашов фокусуються на новинах, пов'язаних зі Збройними силами України, включаючи інформацію про військові навчання, закупівлі обладнання та історії про особовий склад. Серед рубрик виділимо «Популярне», «Що подивитися на воєнну тематику», «Електронна військова бібліотека», «Структура збройних сил України» тощо.

Турецькі приватні військові медіа «Defence Turk» (Kozan S. Erkan) та «C4 Defence» (Mahmut Bölükbaş) мають конкретних засновників, готують матеріали турецькою мовою, хоч останнє ще розміщує їх англійською. Перше спеціалізується більше на оборонній галузі, пропонує новини, аналітику й коментарі про турецький захист та аерокосмічну промисловість, включаючи інформацію про нові технології, програми закупівель та міжнародне партнерство. Автори Ayşe Erbaş, Olgun Yılmaz, Akif Ayyıldız, Nakan Torlak представляють свої матеріали в рубриках «Новини», «Оригінал», «Продукти», «Читайте безкоштовно», «Чесні новини» тощо. Орієнтується на професіоналів оборонної промисловості зі всіх куточків світу, військовослужбовців, політиків і ентузіастів, які цікавляться такими технологіями й військовою стратегією.

Інше – надає інформацію про військову техніку, оборонні технології, політику безпеки й стратегічний аналіз, пов'язаний з Туреччиною та глобальними оборонними питаннями. Esra Albayrakoğlu, Başar Baysa, Yasin Eren Karaduman, Marc Chassilan розміщують свої матеріали в рубриках «Порядок денний», «АФП новини», «Журнали», «Календар подій», «Соціальні мережі», «Економіка» тощо. Привертає увагу спеціалізованої аудиторії: експертів оборонної промисловості, військових чиновників та ентузіастів технологій.

Хоча обидві групи онлайн медіа використовують публікації різних жанрів: поєднання новин, аналітики та коментарів, акцент на певних жанрах може відображати ширші стратегічні пріоритети та комунікаційні цілі.

У цілому виділимо такі види пропаганди, стратегії та наративи.

Огляд українських пропагандистських тактик надає нам змогу краще розуміти, як через українські медіа формуються національні наративи, що підтримують державну політику в умовах зовнішніх викликів. Використання таких платформ, як Інформаційний марафон «Єдині новини», офіційні сайти Президента, Верховної Ради, ресурси волонтерських ГО, військові ЗМІ тощо дозволяє українському уряду й законодавцям формувати загальний наратив, державну пропаганду. Наприклад, на офіційному сайті Президента й у всіх публічних виступах та зверненнях Володимир Зеленський використовує емоційно насичену риторику, порівнюючи сучасну ситуацію в Україні з Голокостом, вказуючи на жертвність і героїзм українського народу у військовий час: «Ми боремося не лише за нашу землю, ми боремося за наше право на існування, як це було під час Голокосту» [8]. На сайті Верховної Ради України в тексті законопроекту щодо нацбезпеки вживаються фрази, які мають на меті мотивувати й об'єднати українців: «цей закон забезпечить незламність і силу нашої країни перед обличчям будь-якого агресора» [7]. На підтримку такої політики спрямований інформаційний марафон «Єдині новини», котрий провів серію інтерв'ю з волонтерами, героями-захисниками, подав емоційні історії про те, як звичайні українці перетворюються на героїв, рятуючи життя й допомагаючи військовим [9].

Горизонтальна пропаганда, яка, за спостереженням Ж. Еллюля, «включає членів спільноти з горизонтальними зв'язками» [18], у військових медіа України зумовлена російсько-українською війною й потребою фізичного виживання держави. На думку вченого, пропаганда необхідна як для існування держави, так і для функціонування самої армії як державного інституту, «переконуючи людей жертвувати особистими інтересами заради “вищої мети”» [18]. Задля цього «Український військовий портал Ukrainian Military Pages» [27] націлений на висвітлення проблем армії, мобілізаційних та підготовчих процесів військових, також у ньому приділено увагу жінкам-військовим, як-от у матеріалах «Кількість військовослужбовців-жінок у ЗСУ потроїлася», «Подано законопроект про мотиваційні виплати військовим» [27], рекрутингу як прикладу залучення соціуму, різних вікових категорій, представників різних професій і спеціальностей для участі у війні («ЗСУ потребують 20 тисяч нових солдатів щомісяця») [27]. Статті з «Ukrainian Military Pages» та «Defense Express» слугують важливими інструментами для донесення до міжнародної спільноти поглядів та потреб України, що має вирішальне значення для отримання глобальної підтримки та захисту національного суверенітету в статтях «Крок за кроком наближаємося до того, щоб шведські літаки Gripen з'явилися в нашому небі, – Зеленський», «У Туреччині закладено другий корвет для України» [27]. У «Defense Express» можемо зустріти матеріали про наукові розробки, логістичні виклики та тактичні перемоги, як-от у статті «30,000 tourniquets were found in the warehouses of

the Armed Forces Medical Command in the Zhytomyr region – they had been stored there for almost a year» [3], або про знищення передових російських систем протиповітряної оборони, про що йдеться в статті «Ukrainian Military Destroyed a Very Rare russian S-300V4 SAM System, Continuing to Systematically Destroy Enemy Air Defense» [3]. Ці публікації підкреслюють стратегічну кмітливість військових зусиль України та водночас проблеми системи. Такий підхід відповідає ширшій меті: використання медіа для привертання уваги до війни, мобілізації та підготовчих процесів. Висвітлюючи такі аспекти досвіду та потреб військових, статті допомагають залучити кошти, об'єднати зусилля розробників зброї. Ця медіастратегія не лише інформує, а й збирає підтримку серед різних демографічних груп, громадських організацій, посилюючи колективні зусилля, необхідні для національної оборони. Залучення ж міжнародних ЗМІ дозволяє Україні розповсюджувати свою позицію глобально, підкреслюючи важливість міжнародної підтримки й захисту свого суверенітету.

Для підтримки держави й армії в інформаційному просторі горизонтальна пропаганда експлуатує міфи козацької вольниці, героя, України як захисниці всієї Європи та демократичних цінностей у світі; до прикладу «Президент присвоїв генеральське звання», «Президент відзначив військові частини Збройних Сил України» [27] та інші, що є синтезом соціологічної та ідеологічної пропаганди. Історичний дискурс актуалізується й через загальнополітичні медіа, спільний телемарафон «Єдині новини» як зразок державної пропаганди, виступи Володимира Зеленського, Валерія Залужного, [27], соціальні мережі, платформи тощо, які так чи інакше впливають на військові медіа. Хоч журналісти невдоволені такою офіційною пропагандою, яка часто не відображає реальних проблем у війську, як-от у матеріалах «Щодо сучасного дизайну військових операцій у російсько-українській війні: в боротьбі за ініціативу» [27], «Війна триватиме не менше п'яти років: Чому Україну чекає провал безглуздої політики пропаганди», «Протверезний фронтовий аналіз українського контрнаступу» [3].

Міф про вільний демократичний світ в Україні й державу, його захисницю, реалізується через загальну мілітаризацію держави до стандартів НАТО і прагнення до членства в об'єднанні. Тому аналізовані українські військові ЗМІ більше покладаються на тематичні статті та загалом аналітичні матеріали, які висвітлюють стійкість, стратегічні виклики та міжнародне партнерство, співпрацю у военній сфері з країнами Європи, Великою Британією, Балтійськими країнами, Польщею, Чехією, з країнами НАТО тощо. Це відображає геополітичний контекст та безпекові потреби країни та Європи, як-от до прикладу на шпальтах видання «Ukrainian military pages» бачимо безліч аналітичних матеріалів [27].

Водночас це прихована пропаганда, котра мімікрує під науку як технологічний наратив. Відбувається реалізація міфу прогресу, що використовується не для підсилення імперських амбіцій, а для демонстрації стійкості країни шляхом застосування технічних (використання ШІ тощо) інновацій перед зовнішніми загрозами. Вони наголошують на досягненнях у війні та міжнародному партнерстві для розвитку оборонних технологій. Це можна детальніше простежити, наприклад, у публікаціях українського видання «Ukrainian Military Pages»: «На озброєння ЗСУ прийняті комбінований пристрій викиду «Адрос» КУВ 26-50-0 та екранно-вихлопний пристрій «Адрос» АШ-01В» [16], «5,45-мм автомат і ручний кулемет Калашникова (АК-74, РПК-74)» [27], «Як навчають “машинний зір” для FPV-дронів або що показали “Дикі шершні” на відео», «Лазерний Dragon Fire для України: Велика Британія готова на бойовий експеримент», «“Битва роботів” за Японію – сухопутні війська країни порівнюють три платформи» [3] та ін.

Зазначені українські медіа представлені у форматі інтернет-видань, що спрощує поширення пропаганди й збільшує аудиторію, позаяк Жак Еллюль стверджує, що «пропаганда може бути тільки тотальною. Не можна спорадично використовувати тільки одне медіа, повинні бути задіяні всі медіа» [18]. І при цьому треба використовувати всі види пропаганди. У цілому в Україні соціальні мережі використовують не тільки з метою поширення офіційної пропаганди, а й контрпропаганди в інформаційній війні із супротивником. З метою протидії агресору контрпропаганда як один із методів закріплена також у «Стратегії національної безпеки України». На думку Г. Почепцова, «Боротьба за ідентичність, де Україна та Білорусь зазнають інформаційних атак з боку Росії, дасть плоди, коли Україна й Білорусь не перераховуватимуть російські наративи, а створюватимуть власні контрнاراتиви. Вони мусять проявитися в інформаційному просторі не як відповідь на чужі атаки, оскільки в цьому активується й вихідний чужий наратив, а як самостійний набір, своєрідний захисний інформаційний щит...» [19, с. 136].

В аналізованих українських ЗМІ використовується 75% від загальної кількості якісних аналітичних матеріалів, що може сприяти рефлексивності та поінформованості соціуму з військових і оборонних питань, як, наприклад, у виданні «Ukrainian Military Pages» [27].

Принципово, що турецькі ЗМІ представляють вертикальний тип пропаганди, зважаючи на історичний розвиток держави, консервативність культури, тривалий час перебування при владі одних політичних лідерів. Вертикальна пропаганда у військових ЗМІ також зумовлена особливостями сучасного національного інформаційного простору Туреччини, виборчого процесу, міжнародної політики тощо. Турецькі державні ЗМІ, зокрема TRT, нагнітають провоєнні настрої проти Греції,

відображаючи офіційну позицію Анкари й поширюючи її серед громадськості [39]. Крім того, «Аль-Джазіра», що фінансується урядом Катару, широко висвітлює ізраїльсько-палестинський конфлікт, часто акцентуючи на тяжкому становищі палестинців і ставлячи під сумнів упередженість західних ЗМІ на користь Ізраїлю. Ці приклади підкреслюють, що турецькі державні ЗМІ відіграють вирішальну роль у формуванні геополітичних наративів та інтересів Туреччини, особливо в контексті ізраїльсько-палестинської війни та регіональної напруженості [39]. Паралельно дипломатичні заяви турецьких лідерів та гучні виступи президента Ердогана перед початком конфлікту між Палестиною та Ізраїлем слугують прямою пропагандою, скерованою на міжнародне засудження Ізраїлю та висловлення підтримки палестинцям, позиціонуючи Туреччину як ключового критика Ізраїлю на світовій арені. Найбільш гострою була риторика, коли він порівняв дії прем'єр-міністра Ізраїлю Бен'яміна Нетаньягу в обложеному секторі Газа зі злочинами Адольфа Гітлера [39]. Або, наприклад, виступ президента Ердогана від 11 жовтня 2023 р. в парламенті перед членами своєї правлячої партії АК, де він активно критикував дії Ізраїлю в Газі, називаючи їх «різаниною» через непропорційну відповідь на атаки ХАМАС, яким, на його думку, бракує «моралі» у веденні війни. Цей термін, особливо навантажений і спірний, відображає стратегічний вибір, спрямований на те, щоб представити конфлікт у високоморальних і емоційних термінах, щоб викликати міжнародне співчуття і підтримку палестинської справи, засуджуючи при цьому Ізраїль [49]. Тут бачимо частково актуалізацію й історичного дискурсу через тренд відродження імперських наративів, ролі Туреччини як спадкоємця Османської імперії, заснованої ще 1299 р., і яка проіснувала до початку ХХ ст. Саме Сирія, Ліван, Ізраїль, Палестина, Об'єднані Арабські Емірати, Балкани та інші держави були васалами імперії Османів, тому сучасна Туреччина захищає інтереси терористичних організацій на території цих країн на кшталт Хезболли та ХАМАСу, підживлюючи імперський міф, і водночас підтримує дружні історичні відносини з Китаєм. Отож, бачимо зіткнення консервативної та демократичної ідеологій, вдаване позиціонування ролі захисника прав представників ісламу тощо.

Туреччина використовує релігійні теми й релігійний дискурс як потужний інструмент пропаганди для підкреслення свого регіонального лідерства в ісламському світі й ваги в захисті палестинців, що знаходить глибокий відгук як у внутрішньої, так і в міжнародній аудиторії. По-перше, культурна та релігійна ідентичність об'єднує Туреччину та палестинців, що мають спільне мусульманське коріння, сприяючи солідарності та підтримці, таким чином країна заради ефективної мобілізації допомоги використовує емоційний зв'язок. По-друге, історичне значення Єрусалима та його святинь для мусульман, християн та юдеїв робить конфлікт не тільки політичним, а й глибоко релігійним. Підкреслення загрози ісламським святиням у Єрусалимі забезпечує широку мусульманську підтримку. Нарешті, морально-етичні настанови в релігії, яка служить духовним орієнтиром, дозволяють представити підтримку Палестини як моральне зобов'язання. Це робить справу більш особистою та переконливою для тих, хто бачить свою релігійну ідентичність як важливу частину своїх духовних переконань. Агресивний характер турецької пропаганди є багатограним явищем, зумовленим внутрішньополітичними потребами, історичною спадщиною, регіональними амбіціями, стратегічним використанням релігії та контролем над наративами ЗМІ. Ці фактори в сукупності створюють потужну державну пропагандистську стратегію, яка прагне просувати інтереси Туреччини й впливати як усередині країни, так і на міжнародному рівні.

Офіційний інформаційний потік Туреччини використовує не лише ТБ, кіно, культуру для пропаганди, а й інтернет, створюючи в такий спосіб форми його контролю через правильні меседжі та обмеження альтернативних потоків, яким, скажімо, була інформаційна й військова діяльність Робочої партії Курдистану. Тому в соціальних мережах ця держава активно використовує офіційні акаунти та мережі прихильників для широкого розповсюдження інформації про конфлікт, включаючи критику Ізраїлю та підтримку палестинців, що надає змогу цим наративам швидко досягати глобальної аудиторії. Окрім того, Туреччина апелює до культурної та релігійної солідарності з палестинцями, використовуючи культурні програми, релігійні проповіді як засоби впливу.

У турецьких військових ЗМІ офіційна пропаганда теж експлуатує наратив технологічного прогресу. Тому видання можуть робити більший акцент на технічних оглядах нового озброєння і відеооглядах, що відповідає прагненню країни демонструвати досягнення своєї оборонної промисловості, успішно продавати зброю Україні (БПЛА «Байрактар», будівництво воєнного заводу, військових кораблів тощо), ставити на державне озброєння зразки західної і російської техніки одночасно. Зокрема, у виданні «Defense Turk» на головній шпальті помічаємо статтю про новинки воєнної техніки та відеоогляди [37], які становлять 60% від загальної кількості матеріалів, приміром матеріал «Вітчизняні технології TUBITAK для MMU Каап» [30]. А ось стаття «HAL i Safran розширюють своє партнерство» [41] від C4Defense демонструє зусилля Туреччини з просування своїх оборонних технологій через глобальні партнерства, посилення аерокосмічних можливостей і зміцнення позицій на міжнародному оборонному ринку. Це узгоджується з більш широкою стратегією Туреччини, спрямованою на висвітлення її технологічного прогресу й промислових досягнень. У такій офіційній пропаганді важливе значення має армія, яка спрямовує, за Ж. Еллюлем, діяльність

людини у війні в Сирії чи Палестині в потрібне русло, і ця участь знаходить своє виправдання [18, с. 209].

Стратегії залучення аудиторії: так зване «пакування» контенту, візуальний та імерсивний контент, як-от відеорепортажі, відеопрезентації тощо, ймовірно, відіграють значну роль у підході Туреччини до привертання уваги громадськості. Відкривши головну сторінку «C4Defence», помічаємо різноманіття аудіовізуального контенту, який становить щонайменше 70% від усіх матеріалів [34]. Тут важливо відмітити статтю «C4Defence виповнюється 10 років!» [35] від C4Defence, де саме й висвітлюється політика видання, – увага до використання цифрових платформ для ефективного залучення аудиторії, що тісно пов'язано з ширшою тенденцією в турецьких оборонних ЗМІ щодо використання захоплюючого контенту і відображає стратегічний підхід до залучення читача.

Технології й інструментарій пропаганди та впливу в досліджуваних виданнях.

Вибірковість тем у загальному інформаційному потоці. Так, у матеріалі «Defense Express» від 25 лютого 2024 р. «У РФ нема ракет з Ірану, а в Україні є власні з дальністю 700 км» [26] представлена оновлена інформація про військовий потенціал і стратегічні розробки в контексті активної фази війни між Україною й Росією. Основна увага приділяється ракетним технологіям і міжнародній військовій підтримці, які є найважливішими аспектами стратегії національної оборони. Селекційність тем та публікацій не подає об'єктивної картини на полі бою та в ЗСУ загалом, через висвітлення військових успіхів і досягнень у сфері оборонних технологій, можливо, применшуються невдачі або проблеми у військових операціях тощо.

Упереджене ставлення до фактів, їх селекція: у вищезазначеній статті вибірково вказана інформація, щоб підкреслити досягнення України й применшити або поставити під сумнів військову підтримку, яку Росія може отримувати від Ірану. Цей прийом фокусується на певних фактах, ігноруючи інші. Як наприклад, у твердженні Кирила Буданова, де заперечується постачання озброєння Росії від інших країн і не надається ніяких офіційних фактів: «іранських ракет у росіян немає, північно-корейські – кілька було використано, але це не масштабно» [26].

Використання тверджень замість фактажу, порушення балансу думок. До прикладу, у статті «Слабка українська оборона допомагає Росії просуватися» [25] ідеться про те, як слабкість української оборони допомагає Росії просуватися вперед. Такий заголовок може означати однобокий погляд, підкреслює тільки невдачі, не представляючи рівною мірою сильні сторони або вжиті заходи, які вживаються, що може вплинути на збалансованість інформації.

Апеляція до авторитету. Стаття видання «Defense Express» «Сила OSINT: Російський танк Т-72 з надмірним захистом виявлений за підказками і знищений» [24] використовує апеляцію до авторитету, посиляючись на відомих експертів з OSINT (розвідка з відкритим кодом) та їхні методи, щоб легітимізувати твердження про спроможність України виявляти й вражати сучасні російські танки, таким чином маючи на меті підвищити довіру до викладеної інформації.

Використання припущень. Так, у статті «Defense Express» від 14 січня 2024 р. «Що це за десантно-штурмові бригади формує РФ і чи дійсно вони будуть здійснювати десанти» [28] міститься військовий аналіз та коментарі експертів, детально розглядаються стратегічні наміри, що стоять за змінами у військовій сфері Росії, а саме за формуванням десантно-штурмових бригад. Стаття думки експертів, включаючи дані Інституту вивчення війни (ISW) і російські телеграм-канали, щоб дати уявлення про тему, але в ній не наведено фактів.

Асиметричність аргументації через вибірковість використання джерел. У згаданій вище статті проводиться аналіз реальної мети РФ і формування цих бригад. Автор припускає, що вони не призначені для повітряно-десантних операцій, як можна було б очікувати. Цей прийом може змусити читачів поставити під сумнів офіційні розповіді або заяви щодо військових стратегій: «...чи дійсно такі підрозділи будуть здійснювати десант. На це питання можливо дати доволі просту відповідь – дуже навряд...» [28]. А справжньою причиною створення саме десантно-штурмових бригад є те, що їх військова техніка адаптована до десантних можливостей вертольотів, і це легкі за озброєнням бригади: «В умовах, коли вони не будуть здійснювати десанти, залишається лише інше завдання – штурми, але без власної важкої бронетехніки або лише з переданою з інших підрозділів...» [28]. Логічно було б використати аргументи російських джерел, а не інформацію із сумнівних телеграм-каналів. Водночас Росія приховує офіційну інформацію в умовах війни, тому не так легко можна знайти інформацію про призначення окремих бригад, втрати тощо, і для українських військових журналістів іноді використання в місцевих телеграм-каналів є єдиним джерелом від очевидців з окупованих територій. Такі цитування конкретних джерел, як-то ISW і неофіційних російських телеграм-каналів підсилюють певні точки зору або фрагменти інформації. Це може сформувати в читача розуміння ситуації в певному напрямі, про що пишуть у виданні «Defense Express»: «Й вкотре з боку Defense Express можемо лише нагадати, що ISW фактично є лише “агрегатором” інформації, при цьому до кожної тези докладається посилання на джерело. У цьому випадку ним стали російські Telegram-канали “Бердянск ZaVtra” та “Военный Осведомитель”» [28].

Суб'єктивна забарвленість матеріалу, заклик до скептицизму: стаття породжує недовіру щодо причин формування цих бригад, пропонуючи альтернативні мотиви, які можуть служити потужними інструментами пропаганди, спрямованими на формування громадської думки.

Зазначення таких джерел, як ISW, підкреслює потребу в глибокому аналітичному підході, водночас згадування російських телеграм-каналів «Бердянск ZaVtra» [1] і «Военный Осведомитель» [2] вказує на наявність суб'єктивного представлення інформації, що може вводити читачів в оману.

Приєм «емоційний вплив»: матеріали часто використовують наратив про стійкість і незалежність, підкреслюючи зусилля України зі зміцнення своєї обороноздатності на тлі повномасштабної російсько-української війни та геополітичного тиску. Помітний патріотичний тон, спрямований на зміцнення морального духу й національної єдності.

Демонізація, використання образу ворога. У контексті використання релігійного дискурсу турецькими ЗМІ проаналізуємо публікацію Ayşegül Karagöz «Ізраїльські військові заявили, що завдають ударів по об'єктах сирійської армії» [45] від 31 січня 2024 р. на сайті видання «C4Defence». У статті обговорюється нещодавня ескалація конфлікту за участю Ізраїлю, Сирії та Лівану. Згідно зі звітом, ізраїльські військові завдали авіаударів по сирійській армії у відповідь на ракетний обстріл з Сирії в напрямку південних Голанських висот. Удари були завдані по військовій інфраструктурі в районі Дараа, хоча в статті не уточнюються масштаби жертв або збитки. Наведені події підкреслюють постійну напруженість, автор наводить історичний факт – захоплення Ізраїлем і анексію Голанських висот у Сирії в ході арабо-ізраїльської війни 1967 р. – крок, не визнаний на міжнародному рівні. У матеріалі висвітлено позицію Ізраїлю щодо запобігання впливу Ірану в Сирії, згадано часті авіаудари Ізраїлю по підтримуваних Іраном силах і позиціях сирійської армії під час громадянської війни в цій країні. Автор також торкається більш широкого регіонального конфлікту, включаючи нещодавню ескалацію на ізраїльсько-ліванському кордоні – перестрілки між Ізраїлем та «Хезболлою», підтримувану Іраном, союзником ХАМАСу. Аналізований матеріал містить огляд інформації про останні воєнні дії, історичний бекґраунд та аналіз сучасного стану регіональних конфліктів. Отож, у статті наводиться погляд Ізраїлю на запобігання впливу Ірану в Сирії, що неявно зображує Іран та його союзників як загрозу й водночас створює образ ворога палестинців і всього мусульманського світу.

Аргумент до страху в контексті використання поєднання ідеології із захисним рефлексом людини: деталізація військових дій і потенційної ескалації в цій статті може викликати страх або занепокоєння щодо стабільності та миру в регіоні.

Відсутність фактажу: відсутність даних про жертв або збитки в результаті авіаударів, а також фактів про більш глибокі гуманітарні наслідки конфлікту, що може сформувати в читачів думки, засновані на неповній інформації.

Реінкарнація історії та використання слів-ярликів. Так, у статті «Євреї і мусульмани виступили зі Сребрениці з мирною ініціативою» [52] цього ж видання йдеться про важливу мирну ініціативу, висунуту єврейськими та мусульманськими посадовими особами: Менахемом Розензафтом, президентом Всесвітньої федерації Берген-Бельзенських асоціацій і американським юристом та Хусейном Кавазовичем, релігійним лідером боснійських мусульман із Сребрениці у Міжнародний день Пам'яті жертв Голокосту. Документ дістав назву «Єврейсько-мусульманська Ініціатива заради миру», був представлений і підписаний у меморіальному центрі геноциду обома очільниками. Ініціатива особливо актуальна, враховуючи місце її започаткування в Сребрениці, де в 1995 р. було вбито близько 8000 мусульманських чоловіків і підлітків, що визнано міжнародним правосуддям як геноцид. Матеріал поєднує елементи новини з художнім нарисом, який зосереджується на мирній угоді на тлі постійних конфліктів. Детально висвітлено подію, її значення, вона доповнена коментарями учасників. «Ми пам'ятаємо шість мільйонів вбитих невинних євреїв і багато мільйонів інших жертв фашистської і нацистської ідеології, – сказав боснійський Великий муфтії. – Ми робимо це в місці, де через півстоліття після історичного «Ніколи більше» людство знову не пройшло тест на відповідальність» [52], – додав він.

Підміна понять, удавана єдність і солідарність. У статті підкреслено нібито єдність між єврейською та мусульманською громадами, продемонстровано їхні колективні зусилля щодо досягнення миру й примирення. «Мусульмани та євреї одне ціле. Наші зв'язки міцні, викувані як у часи труднощів, так і в часи процвітання... Наші два народи страждали і піддавалися спробам їх знищення» [52], – сказав Кавазович, Великий муфтії Боснії і Герцеговини, маючи на увазі боснійських євреїв і мусульман.

Звернення до авторитету. Висвітлюючи ролі й заяви таких видатних діячів, як Менахем Розензафт і Хусейн Кавазович, автори намагаються мирній ініціативі надати достовірності та авторитету.

Приєм «емоційний вплив». Використання пафосу: емоційна вага історичного контексту, що посилюється як на Голокост, так і на геноцид у Сребрениці, викликає потужну емоційну реакцію, підкреслюючи важливість ініціативи: «Наша боротьба є боротьбою за наше існування, як це було

під час Голокосту, як це було в Сребрениці. Ми не можемо дозволити історії повторитися. Це наш обов'язок – стояти на захисті світу від несправедливості» [52].

Аналіз українських пропагандистських тактик у медіа демонструє, як урядові канали, військові ЗМІ сприяють національній єдності та підтримці оборонних ініціатив в Україні, натомість у Туреччині вони працювали на внутрішню й зовнішню політику та економіку.

IV. Висновки

Війна між Росією та Україною, яка набрала обертів з 2014 р. та ще більше загострилася в 2022 р., а також війна в Сирії та Ізраїлі призвели до того, що обидві країни, котрі беруть участь у воєнних діях, використовують різні методи й види пропаганди, щоб вплинути на громадську думку, заручитися міжнародною підтримкою та узаконити свої позиції. Насамперед як українські, так і турецькі цифрові медіа присвячують увагу зображенню військового потенціалу й використовують свої платформи для демонстрації збройної могутності та технологічних досягнень, поєднуючи міфи та нарративи технологічного прогресу з ідеологічною складовою, хоча фокус і формат висвітлення різняться залежно від конкретного безпекового, ідеологічного, культурного контекстів та стратегічних цілей кожної країни. Поєднання мілітарного, історичного, релігійного дискурсів, а також ідеології та рефлексії актуалізували використання у випадку Туреччини імперських мотивів, образу ворога, що дає право стверджувати про агресивний тип пропаганди. В українських медіа міфи про козацтво, героя цілком успішно гармонізують з міфом про фортецю ЄС тощо. Порушенням чого є теми стратегічних інтересів та міжнародних альянсів: українські медіа наголошують на партнерстві із західними країнами, що відображає їхню геополітичну орієнтацію на Європейський Союз і НАТО та безпекові потреби. Крім того, інформаційно-психологічні операції в українських медіа використовують і для ізоляції Росії, підризу морального духу російських солдатів тощо. Турецькі ж видання висвітлюють імперську позицію держави, зосереджуючись на національних досягненнях, регіональному лідерстві та економічних інтересах, тому приділяють увагу підтримці оборонних витрат і стратегічних ініціатив збройних сил.

Водночас військові українські та турецькі медіа відіграють вирішальну роль у формуванні національного дискурсу про оборону й безпеку, використовуючи нарративи стійкості, технологічної досконалості та стратегічної автономії для отримання громадської підтримки військових ініціатив, чому сприяють такі методи й технології пропаганди, як вибірковість тем для контенту, маніпулювання фактами, підміна понять і фактів твердженнями, використання аргументів до страху, гордого, асиметричності аргументації, прийом «емоційний вплив» тощо.

Україна у своїх зусиллях з протидії російській агресії та нарративам використала комбінацію традиційних і цифрових медіастратегій, тоді як турецькі медіа – більше візуальний та імерсивний контент. У цілому аналізовані військові платформи змінюють підхід до пропаганди та інформаційного контролю під час воєнних конфліктів, значно впливають на ефективність комунікацій і на суспільне сприйняття конфліктів.

Список використаної літератури

1. Бердянск ZaVtra. URL: https://t.me/s/brd_zavtra (дата звернення: 20.05.2024).
2. Военный Осведомитель. URL: <https://t.me/s/milinfofive> (дата звернення: 20.05.2024).
3. Defence. Express. URL: <https://defence-ua.com/> (дата звернення: 20.05.2024).
4. Горевалов С. Військова журналістика України: історія і сучасність. Львів : вид-во Військ. інст-ту при ДУ «Львівська політехніка», 1998. 388 с.
5. Грушецький А. Напрямок справ у країні та довіра політичним, військовим та громадським діячам. *Київський міжнародний інститут соціології*. URL: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1368&page=4> (дата звернення: 20.05.2024).
6. Данильченко (Ронін) К. Ціна війни. *Ukrainian military pages*. URL: <https://www.ukrmilitary.com/2016/02/war-price.html?m=1> (дата звернення: 20.05.2024).
7. Законопроект про Національну Безпеку. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws> (дата звернення: 20.05.2024).
8. Звернення Президента Володимира Зеленського. URL: <https://www.president.gov.ua/videos/ukrayina-zrobit-za> (дата звернення: 20.05.2024).
9. Інформаційний марафон «Єдині новини». URL: <https://ictv.ua/ru/tvproject/informatsijnyj-marafon-yedyni-povnyu/> (дата звернення: 20.05.2024).
10. Кириллова К. Чому росіяни підтримують війну з Україною? *Defense Express*. URL: https://defence-ua.com/army_and_war/chomurosijani (дата звернення: 20.05.2024).
11. Кінзерська Ю. Образ героя як елемент ідеологічної пропаганди у ХХ столітті. *Питання літературознавства*. 2003. № 10 (67). С. 11–16.
12. Косталевський Г. 5,45-мм автомат і ручний кулемет Калашникова (АК-74, РПК-74). *Ukrainian Military Pages*. URL: <https://www.ukrmilitary.com/2021/11/ak74-rpk74.html> (дата звернення: 20.05.2024).
13. Кость С. Історія української військової преси : навч. посіб. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2016. 340 с.

14. Кривошея Г. П. Українська військова преса: у пошуках витоків. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1183> (дата звернення: 20.05.2024).
15. Крупський І. Національно-патріотична журналістика України (друга половина XIX – перша чверть XX ст.). Львів : Світ, 1995. 182 с.
16. На озброєння ЗСУ прийняті комбінований пристрій викиду «Адрос» КУВ 26-50-0 та екранно-вихлопний пристрій «Адрос» АШ-01В. *Ukrainian Military Pages*. URL: <https://www.ukrmilitary.com/2017/02/adros.html> (дата звернення: 20.05.2024).
17. Підмогильна Н. В., Наурузов А. Р. Українська військова преса: відповідність часу. *Communications and communicative technologies*. 2019. № 19. С. 62–69. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/cctech_2019_19_11 (дата звернення: 20.05.2024).
18. Почепцов Г. Г. Модель пропаганды Жака Эллюля. *Детектормедиа*. URL: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/13172/2015-05-03-model-propagandy-zhaka-jellyulya/> (дата звернення: 20.05.2024).
19. Почепцов Г. Смысли і війни: Україна і Росія в інформаційній і смислової війнах. Київ : вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2016. 316 с.
20. Почепцов Г. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дії. Харків : Vivat, 2022. 382 с.
21. Праута М. Місце військових медіа серед джерел інформації для військовослужбовців ЗС України. *Образ*. 2022. № 1 (38). С. 89–99. URL: <https://obraz.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads> (дата звернення: 20.05.2024).
22. Різун В. В. Теорія масової комунікації. Київ : Просвіта, 2008. 260 с.
23. Росіяни і «мобіки» з ОРДЛО мають величезні втрати. *Ukrainian military pages*. URL: <https://www.ukrmilitary.com/2022/06/rusnya> (дата звернення: 20.05.2024).
24. Сила OSINT: Російський танк Т-72 з надмірним захистом виявлений за підказками і знищений. *Defense Express*. URL: https://en.defence-ua.com/weapon_and_tech/osint_power_ (дата звернення: 20.05.2024).
25. Слабка українська оборона допомагає росії просуватися. *Ukrainian Military Pages*. URL: <https://www.ukrmilitary.com/2024/03/slaba> (дата звернення: 20.05.2024).
26. У РФ нема ракет з Ірану, а в Україні є власні з дальністю 700 км. *Defence UA*. URL: https://defence-ua.com/news/u_rf_nema_raket_ (дата звернення: 20.05.2024).
27. Президент присвоїв генеральські звання. *Ukrainian Military Pages*. URL: <https://www.ukrmilitary.com/2023/12/generals.html> (дата звернення: 20.05.2024).
28. Що це за десантно-штурмові бригади формує РФ і чи дійсно вони будуть здійснювати десанти. *Defence UA*. URL: https://defence-ua.com/army_and_war/scho_tse_zha_desantno (дата звернення: 20.05.2024).
29. Ali K. M. Hamas İsrail ordusundan çok sayıda araç ve mühimmat ele geçirdi. *Defence Turk*. URL: <https://www.defenceturk.net/hamas> (date of request: 20.05.2024).
30. Ali Y. M. TÜBİTAK'tan ilk KAAN uçuşuyla ilgili detaylar. *Defence Turk*. URL: <https://www.defenceturk.net/kaanin-ilk> (date of request: 20.05.2024).
31. Ayşe E. İsrail Gazze Şeridi'nde en ağır kayıpları Verdi. *Defence Turk*. URL: <https://www.defenceturk.net/kontrol-israil> (date of request: 20.05.2024).
32. Batı medyası neden İsrail ve Filistin'e karşı önyargılı olmakla suçlanıyor. *C4Defence*. URL: <https://www.c4defence.com/why-is-western-> (date of request: 20.05.2024).
33. Binark M., Korkut U. Askerî Medyanın İdeolojik ve Politik Rolü: Türkiye Örneği. İstanbul : İstanbul Üniversitesi Yayınları, 2018. 320 s.
34. C4Defence. URL: <https://www.c4defence.com> (date of request: 20.05.2024).
35. C4Defence is 10 Years Old! *C4Defence*. URL: <https://www.c4defence.com/en/c4defence-is-10-years-old/> (date of request: 20.05.2024).
36. Darrelle Ng. International support crucial as Ukraine continues counteroffensive in drawn-out war: Observers. *Channel New Asia*. URL: <https://www.channelnewsasia.com/world/ukraine> (date of request: 20.05.2024).
37. Defence Turk. URL: <https://www.defenceturk.net> (date of request: 20.05.2024).
38. Elmas E., Erkmen S. Türkiye'de Askerî Medya ve Kamusal Alan. İstanbul : İletişim Yayınları, 2020. 214 s.
39. Erdoğan Netanyahu'nun Gazze'yi bombalamada Hitler'den farkı olmadığını söyledi. *Aljazeera*. URL: <https://www.aljazeera.com/news/2023/12/27/turkeys-erdogan-says-netanyahu-no-different-than-hitler-as-gaza-is-bombed> (date of request: 20.05.2024).
40. Filistinli kardeşlerimizin bu desteğini unutmuyacağız. *Генеральний директорат зовнішніх відносин*. URL: <https://disiliskiler.diyonet.gov.tr/Detay/536/%E2%8> (date of request: 20.05.2024).
41. HAL and Safran Expand Their Partnership. *C4Defence*. URL: <https://www.c4defence.com/en/hal-and-safran> (date of request: 20.05.2024).
42. İrvan S. Askerî Medyanın Dönüşümü ve Yeni Medya Düzeni. Ankara : Nobel Yayın Dağıtım, 2021. 182 s.

43. Israel military says strikes Syria army targets. *C4Defence*. URL: <https://www.c4defence.com/syria-conflict-israel-> (date of request: 20.05.2024).
44. Yıldırım İ. Savaş Zamanlarında Medya ve Propaganda. Ankara : Seçkin Yayınları, 2017. 256 s.
45. Karagöz A. Gazze'deki askerler için en ölümcül günün ardından İsraililer cenazelere koşuyor. *C4Defence*. URL: <https://www.c4defence.com/israel-palestinians-conflict-army-funeral-scene/> (date of request: 20.05.2024).
46. Panagiotis S. Türk devlet medyası Yunanistan'a karşı propaganda ve savaş yanlısı iklimi yoğunlaştırıyor. *Greek City Times*. URL: <https://greekcitytimes.com/2022/06/06/turkish-state> (date of request: 20.05.2024).
47. Panchenko Y. Ukraine rolls out mass recruitment for volunteer army. *IWPR*. URL: <https://iwpr.net/global-voices/ukraine-rolls-out-mass> (date of request: 20.05.2024).
48. Taşpınar A. Türk Silahlı Kuvvetleri ve Medya: Bir Etkileşim Analizi. İstanbul : Der Yayınları, 2015. 198 s.
49. Turkey's Erdogan calls Israeli siege and bombing of Gaza a 'massacre'. *Aljazeera*. URL: <https://www.aljazeera.com/news/2023/10/11/> (date of request: 20.05.2024).
50. Türkiye – Filistin Siyasi İlişkileri. URL: <https://www.mfa.gov.tr/turkiye-filistin-siyasi-iliskileri.tr.mfa> (date of request: 20.05.2024).
51. Ukraine's Government Opens Website To Recruit Foreigners To 'International Legion'. *Радио Свобода*. URL: <https://www.rferl.org/a/ukraine-recruiting-foreign-fighters/31737766.html> (date of request: 20.05.2024).
52. Yahudiler ve Müslümanlar Srebrenitsa'dan barış girişimi başlattı. *C4Defence*. URL: <https://www.c4defence.com/israel-usa-jews-peace-bos> (date of request: 20.05.2024).
53. Yusuf E. I. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın gündeme ilişkin açıklamaları. *Defence Turk*. URL: <https://www.defenceturk.net/cumhurbaskani-erdogandan> (date of request: 20.05.2024).

References

1. Berdyansk ZaVtra. Retrieved from https://t.me/s/brd_zavtra [in Ukrainian].
2. Voyenny Osvedomytel'. Retrieved from <https://t.me/s/milinfoive> [in Russian].
3. Defence. Express. Retrieved from <https://defence-ua.com/> [in English].
4. Horevalov, S. (1998). *Viiskova zhurnalistyka Ukrainy: istoriia i suchasnist* [Military journalism of Ukraine: history and modernity]. Lviv: vyd-vo Viisk. inst-tu pry DU «Lvivska politehnika» [in Ukrainian].
5. Hrushetskyi, A. Napriamok sprav u kraini ta dovira politychnym, viiskovym ta hromadskym diiacham [The direction of affairs in the country and trust in political, military and public figures]. *Kyivskyi mizhnarodnyi instytut sotsiologii*. Retrieved from <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1368&page=4> [in Ukrainian].
6. Danylchenko (Ronin), K. (2016). Tsina viiny [The price of war]. *Ukrainian military pages*. Retrieved from <https://www.ukrmilitary.com/2016/02/war-price.html?m=1> [in Ukrainian].
7. Zakonoproiekt pro Natsionalnu Bezpeku [Draft law on national security]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws> [in Ukrainian].
8. Zvernennia Prezydenta Volodymyra Zelenskoho [Address of President Volodymyr Zelenskyi]. Retrieved from <https://www.president.gov.ua/videos/ukrayina-zrobit-za> [in Ukrainian].
9. Informatsiinyi marafon «ledyni novyny» [Informational marathon «The only news»]. Retrieved from <https://ictv.ua/ru/tvproject/informatsijnyj-marafon-yedyni-novyny/> [in Ukrainian].
10. Kyrylova, K. Chomu rosiiany pidtrymuiut viinu z Ukrainoiu? [Why do the Russians support the war with Ukraine?]. *Defense Express*. Retrieved from https://defence-ua.com/army_and_war/chomurosijan [in Ukrainian].
11. Kinzerska, Yu. (2003). Obraz heroia yak element ideolohichnoi propahandy u XIX stolitti [The image of the hero as an element of ideological propaganda in the 20th century]. *Pytannia literaturoznavstva*, 10 (67), 11–16. [in Ukrainian].
12. Kostalevskyi, H. (2021). 5,45-mm avtomat i ruchnyi kulemet Kalashnykova (AK-74, RPK-74) [5.45-mm machine gun and Kalashnikov hand machine gun (AK-74, RPK-74)]. *Ukrainian Military Pages*. Retrieved from <https://www.ukrmilitary.com/2021/11/ak74-rpk74.html> [in Ukrainian].
13. Kost, S. (2016). *Istoriia ukrainskoi viiskovoi presy* [History of the Ukrainian military press]. Lviv: LNU imeni Ivana Franka [in Ukrainian].
14. Kryvosheia, H. P. Ukrainska viiskova presa: u poshukakh vytokiv [Ukrainian military press: in search of sources]. Retrieved from <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1183> [in Ukrainian].
15. Krupskyi, I. (1995). *Natsionalno-patriotychna zhurnalistyka Ukrainy (druha polovyna XIX – persha chvert XX st.)* [National-patriotic journalism of Ukraine (second half of the 19th - first quarter of the 20th century)]. Lviv: Svit [in Ukrainian].
16. Na ozbroiennia ZSU pryiniati kombinovanyi prystrii vykydu «Adros» KUV 26-50-0 ta ekran-novykhlopnyi prystrii «Adros» ASh-01V [16. The combined ejection device «Adros» KUV 26-50-0 and the shield-but-exhaust device "Adros" ASH-01B have been adopted by the Armed Forces of

- Ukraine]. *Ukrainian Military Pages*. Retrieved from <https://www.ukrmilitary.com/2017/02/adros.html> [in Ukrainian].
17. Pidmohylna, N. V., & Nauruzov, A. R. (2019). Ukrainska viiskova presa: vidpovidnist chasu [Ukrainian military press: appropriateness of time]. *Communications and communicative technologies*, 19, 62–69. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/cctech_2019_19_11 [in Ukrainian].
 18. Pocheptsov, H. H. (2015). Model propahandu Zhaka Elliulia [Jacques Ellul's model of propaganda]. *Detektormedia*. Retrieved from <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post> [in Russian].
 19. Pocheptsov, H. (2016). *Smysly i viiny: Ukraina i Rosiia v informatsiinii i smyslovii viinakh* [Meanings and wars: Ukraine and Russia in information and meaning wars]. Kyiv: vyd. dim «Kyievo-Mohylianska akademiia» [in Ukrainian].
 20. Pocheptsov, H. (2022). *Toksychnyi infoprstir. Yak zberehty yasnist myslennia i svobodu dii* [Toxic infospace. How to maintain clarity of thinking and freedom of action]. Kharkiv: Vivat [in Ukrainian].
 21. Prauta, M. (2022). Mistse viiskovykh media sered dzherel informatsii dlia viiskovoslužbovtiv ZS Ukrainy [The place of military media among sources of information for servicemen of the Armed Forces of Ukraine]. *Obraz*, 1 (38), 89–99. Retrieved from <https://obraz.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads> [in Ukrainian].
 22. Rizun, V. V. (2008). *Teoriia masovoi komunikatsii* [Theory of mass communication]. Kyiv: Prosvita [in Ukrainian].
 23. Rosiiani i «mobiky» z ORDLO maiut velychezni vtraty [Russians and «mobs» from ORDLO have huge losses]. *Ukrainian military pages*. Retrieved from <https://www.ukrmilitary.com/2022/06/rusnya> [in Ukrainian].
 24. Syla OSINT: Rosiyskyi tank T-72 z nadmirnym zakhystom vyiavlenyi za pidkazyamy i zny-shchenyi [OSINT Power: Overprotected Russian T-72 Tank Detected on Tips and Destroyed]. *Defense Express*. Retrieved from https://en.defence-ua.com/weapon_and_tech/osint_power_ [in Ukrainian].
 25. Slabka ukrainska oborona dopomahaie rosiu prosuvatysia [Weak Ukrainian defense helps Russia advance]. *Ukrainian Military Pages*. Retrieved from <https://www.ukrmilitary.com/2024/03/slaba> [in Ukrainian].
 26. U RF nema raket z Iranu, a v Ukraini ye vlasni z dalnistiu 700 km [The Russian Federation does not have missiles from Iran, and Ukraine has its own missiles with a range of 700 km]. *Defence UA*. Retrieved from https://defence-ua.com/news/u_rf_nema_raket_ [in Ukrainian].
 27. Prezydent prysvoiv heneralski zvanntia [The president assigned general ranks]. *Ukrainian Military Pages*. Retrieved from <https://www.ukrmilitary.com/2023/12/generals.html> [in Ukrainian].
 28. Shcho tse za desantno-shturmovi bryhady formuie RF i chy diisno vony budut zdiisniuvaty desanty [What kind of amphibious assault brigades is the Russian Federation forming and will they really carry out amphibious assaults]. *Defence UA*. Retrieved from https://defence-ua.com/army_and_war/scho_tse_za_desantno [in Ukrainian].
 29. Ali, K. M. (2023). Hamas İsrail ordusundan çok sayıda araç ve mühimmat ele geçirdi. *Defense Turk*. Retrieved from <https://www.defenceturk.net/hamas> [in Turkish].
 30. Ali, Y. M. (2024). TÜBİTAK'tan ilk KANAN uçuşuyla ilgili detaylar. *Defense Turk*. Retrieved from <https://www.defenceturk.net/kaanin-ilk> [in Turkish].
 31. Ayşe, E. (2024). İsrail Gazze Şeridi'nde en ağır kayıpları Verdi. *Defense Turk*. Retrieved from <https://www.defenceturk.net/kontrol-israil> [in Turkish].
 32. Batı medyası neden İsrail ve Filistin'e karşı önyargılı olmakla suçlanıyor? *C4Defence*. Retrieved from <https://www.c4defence.com/why-is-western-> [in Turkish].
 33. Binark, M., & Korkut, U. (2018). *Askerî Medyanın İdeolojik ve Politik Rolü: Türkiye Örneği*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları [in Turkish].
 34. *C4Defence*. Retrieved from <https://www.c4defence.com> [in Turkish].
 35. *C4Defence* is 10 Years Old! *C4Defence*. Retrieved from <https://www.c4defence.com/en/c4defence-is-10-years-old/> [in Turkish].
 36. Darrelle Ng. International support crucial as Ukraine continues counteroffensive in drawn-out war: Observers. *Channel New Asia*. Retrieved from <https://www.channelnewsasia.com/world/ukraine> [in English].
 37. *Defence Turk*. Retrieved from <https://www.defenceturk.net> [in Turkish].
 38. Elmas, E., & Erkmen, S. (2020). *Türkiye'de Askerî Medya ve Kamusal Alan*. İstanbul: İletişim Yayınları [in Turkish].
 39. Erdoğan Netanyahu'nun Gazze'yi bombalamada Hitler'den farklı olmadığını söyledi. *Aljazeera*. Retrieved from <https://www.aljazeera.com/news/2023/12/27/turkeys-erdogan-says-netanyahu-no-different-than-hitler-as-gaza-is-bombed> [in Turkish].
 40. Filistinli kardeşlerimizin bu desteğini unutmayacağız. *General Directorate of Public Administration*. Retrieved from <https://disiliskiler.diyanet.gov.tr/Detay/536/%E2%8> [in Turkish].
 41. HAL and safran expand their partnership. *C4Defence*. Retrieved from <https://www.c4defence.com/en/hal-and-safran> [in Turkish].

42. İrvan, S. (2021). Askeri Medyanın Dönüşümü ve Yeni Medya Düzeni. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım [in Turkish].
43. Israeli military says strikes Syria army targets. *C4Defence*. Retrieved from <https://www.c4defence.com/syria-conflict-israel-> [in Turkish].
44. Yıldırım, İ. (2017). *Savaş Zamanlarında Medya ve Propaganda*. Ankara: Seçkin Yayınları [in Turkish].
45. Karagöz, A. (2024). Gazze'deki askerler için en ölümcül günün ardından İsraililer cenazelere koşuyor. *C4Defence*. Retrieved from <https://www.c4defence.com/israel-palestinians-conflict-army-funeral-scene/> [in Turkish].
46. Panagiotis, S. Türk devlet medyası Yunanistan'a karşı propaganda ve savaş yanlısı iklimi yoğunlaştırıyor. *Greek City Times*. Retrieved from <https://greekcitytimes.com/2022/06/06/turkish-state> [in Turkish].
47. Panchenko, Y. Ukraine rolls out mass recruitment for volunteer army. *IWPR*. Retrieved from <https://iwpr.net/global-voices/ukraine-rolls-out-mass> [in English].
48. Taşpınar, A. (2015). *Türk Silahlı Kuvvetleri ve Medya: Bir Etkileşim Analizi*. İstanbul: Der Yayınları [in Turkey].
49. Turkey's Erdogan calls Israeli siege and bombing of Gaza a 'massacre'. *Aljazeera*. Retrieved from <https://www.aljazeera.com/news/2023/10/11/> [in English].
50. Türkiye – Filistin Siyasi İlişkileri. Retrieved from <https://www.mfa.gov.tr/turkiye-filistin-siyasi-iliskileri.tr.mfa/> [in Turkish].
51. Ukraine's government opens website to recruit foreigners to 'International Legion'. *Radio Freedom*. Retrieved from <https://www.rferl.org/a/ukraine-recruiting-foreign-fighters/31737766.html> [in English].
52. Yahudiler ve Müslümanlar Srebrenitsa'dan barış girişimi başlattı. *C4Defence*. Retrieved from <https://www.c4defence.com/israel-usa-jews-peace-bos> [in Turkish].
53. Yusuf, E. I. (2020). President Erdoğan's statements regarding the agenda. *Defense Turk*. Retrieved from <https://www.defenceturk.net/cumhurbaskani-erdogandan> [in Turkish].

Стаття надійшла до редакції 19.07.2024.

Received 19.07.2024.

Kovalenko A. F. Echoes of Propaganda: Communication Strategies of Military Media in Ukraine and Turkey

Military journalism in the context of a military conflict acquires a special value and role, as it is not only an image-forming factor of the national troops (AFU), but also a source of verified, dosed information, which is extremely necessary for both the military and ordinary Ukrainians in the context of war and enemy information and psychological attacks. This is the case when "positive" propaganda is welcome and is a necessary component of the fight against the aggressor, not only for the military, but also for the entire society to properly resist. Despite the martial law, certain material, technical, and sometimes financial constraints, and the demands of the time to reform military journalism as such, specialized media demonstrate positive dynamics and development prospects, as they not only foster patriotism, cover the events of the theater of operations, which is closely watched by the world, but also show a new type of war in terms of technology, involvement of participants and the world media, and the modern information space in general.

The purpose of the study is to analyze the Ukrainian and Turkish military media to identify different types of propaganda, the use of propaganda technologies, and their impact on the information space of their countries and the readership.

Research methodology. The study used a number of methods, including classification (to identify types of propaganda in Ukrainian and Turkish military media); synchronic (focusing on the context of international military conflicts and wars, including Russia's full-scale invasion of Ukraine and the war in Israel); comparative (to substantiate different types of propaganda and technologies in the analyzed media in relation to cultural, historical, religious features and current domestic and international politics of both countries); interpretive (to analyze the content of the media).

Results of the study. It has been established that the role of Ukrainian and Turkish military media cannot be overestimated, since in one case they play an important role in the survival and existence of a sovereign state, and in the other case they are used to boost the military industry, economic development of the state and the political image of the leaders of the state (in the context of the election campaign), propaganda of their regime, as well as the formation of Turkey's international image as a regional leader and a serious player in international politics and the resolution of military conflicts. It is found that horizontal propaganda in the Ukrainian media is not only justified, but also expedient in times of war to protect statehood, preserve the institution of the army and the survival of the people, and preserve national identity. The demand for such journalism and propaganda is obvious, especially given the percentage of public trust in both the military leadership and the Armed Forces as a whole. By analyzing specific publications, it was possible to identify the peculiarities of propaganda strategies of countries

that are involved in the war, are not opponents or enemies, but instead belong to different political regimes, have different cultural, historical and religious influences, and have different goals. Accordingly, both common and distinctive features in the types of propaganda, strategies and technologies of influence on the audience can be traced.

Scientific novelty. *The article is the first to conduct a comparative analysis of journalistic materials of specialized Ukrainian media (Ukrainian military portal) «Defense Express» and «Ukrainian Military Pages» and Turkish «Defence Turk» and «C4 Defence», which operate in wartime. The materials and information policy of specialized media of the allied countries in the military sphere are analyzed, propaganda strategies and a certain type of communication with the audience, including technologies of influence on their readers, are identified in order to establish an appropriate representation of the results, specifics and prospects of the study.*

Practical significance – *the results of the research can be used for further analysis of the military media, identifying the peculiarities of their propaganda in wartime, and improving the media in this area. Also, the research materials can be used in educational programs, individual courses and special courses in military institutions of Ukraine.*

Key words: *military media, public opinion, Ukraine, Turkey, analysis, content, propaganda, strategy, technology.*