

Отже, на сучасному етапі, було сформовано певні стандарти створення та реалізації новинного контенту, серед яких виділяються: 1) регулярність, 2) об'єктивність і неупередженість, 3) чітка структура матеріалу та орієнтація на ширшу аудиторію.

Останнім часом спостерігається певне розмивання цих принципів, спричинене глобалізацією суспільства і медіа, перенасиченістю інформаційного простору подіями, фактами та явищами, що відкриває можливість для кожної людини як створювати, так і поширювати власний новинний контент. Це, у свою чергу, викликає зміни форматів традиційних медіа та формує запит на дослідження цих процесів.

I. Грїбїник

ПОЛІТИЧНА ПРОПАГАНДА В МЕДІА. ІСТОРІЯ МАНІПУЛЯЦІЙ ТА ВПЛИВУ НА АУДИТОРІЇ

I. Grybinyk

POLITICAL PROPAGANDA IN THE MEDIA. HISTORY OF MANIPULATION AND INFLUENCE ON THE AUDIENCE

Початок якісної пропаганди. Велика Британія.

На початку ХХ ст. англійці стали лідерами в пропаганді, розуміючи всі її механізми. У роки Першої світової війни вони змогли підняти бойовий дух не лише своїх солдатів і населення, а ще й допомогти своїм союзникам та перемогти ворога по всіх фронтах.

Головні гасла: “Women of Britain Say — Go!” — заклик до чоловіків йти на фронт заради жінок; “Your Country Needs You!” — зображення полковника Монтгомері, що мотивувало вступати до армії. Гордість бути солдатом була результатом пропаганди. Найзнаменитіше гасло: “The War to End All Wars!” — слоган, який описував війну як вирішальний конфлікт, який має покласти край усім майбутнім війнам.

Вплив англійців на Геббельса.

Англійська пропаганда стала взірцем для майбутнього головного пропагандиста. Він визнавав, що вивчав методи англійців часів Першої світової війни, зокрема емоційні маніпуляції, створення образу ворога та цілеспрямовані кампанії. Таким чином, досвід англійської пропаганди значно вплинув на формування геббельсівських підходів до маніпуляції громадською думкою.

Зародження телевізійної пропаганди разом зі становленням телебачення.

Німеччина.

Після Першої світової війни в Німеччині пропаганда стала ключовим інструментом впливу на політичне життя, особливо для Націонал-соціалістичної робочої партії (НСДАП) під керівництвом Адольфа Гітлера. НСДАП активно використовувала пропаганду через масові мітинги, плакати та кіно, створюючи образ сильного лідера і культивуючи культ особистості Гітлера. Центральним елементом пропаганди був антисемітизм, який об'єднував німецьке населення проти спільного ворога.

Нацисти також акцентували на фізичній культурі та расовій чистоті, пропагуючи здоровий спосіб життя. Після приходу до влади у 1933 р., вони встановили жорсткий контроль над засобами масової інформації, заклавши опозиційні видання та впровадивши цензуру. Важливою частиною стратегії була

формула Йозефа Геббельса: 75% розважального контенту та 25% пропаганди. Такий підхід допомагав приваблювати аудиторію через розваги і непомітно вбудовувати пропагандистські меседжі. Завдяки цим методам, НСДАП успішно маніпулювала суспільною свідомістю та зміцнювала свої політичні позиції, що стало ключовим фактором приходу Гітлера до влади.

Агітація в Радянському Союзі — формування патріотичних настроїв та дискредитації ворогів

На початку 1920-х рр. у СРСР було створено систему органів нагляду за агітацією та пропагандою, очолювану відділом ЦК РКП — Агітпроп. Він координував роботу різних культурних та інформаційних установ і до 1921 р. сформував державну мережу газет.

Ключові аспекти радянської пропаганди:

Роль Леніна. Володимир Ленін наголошував на важливості партійної пропаганди для формування політичної свідомості. Він активно використовував ЗМІ для цькування супротивників.

Організація. У 1935 р. Агітпроп був розділений на кілька відділів для покращення роботи: друк, партійну пропаганду та культурну освіту.

Фізична культура. Радянська влада активно просувала фізичну культуру та спорт, створювала секції з пропаганди здорового способу життя.

Культ особистості. Розвивався культ особистості, що підтримував владу, але після його смерті розпочалася децентралізація.

Таким чином, радянська пропаганда відіграла ключову роль у формуванні громадської думки та підтримці влади.

Друга світова війна.

Під час Другої світової війни пропаганда відіграла ключову роль у мобілізації населення та підтримці військових зусиль.

Нацистська Німеччина під керівництвом Йозефа Геббельса використовувала пропаганду для зміцнення культу особистості Гітлера, демонізації ворогів та виправдання агресії. Масові мітинги, кіно та плакати сприяли формуванню єдності нації під гаслом “Ein Volk, ein Reich, ein Führer” («Один народ, одна імперія, один вождь»).

У Радянському Союзі пропаганда фокусувалася на патріотизмі, єдності народу та героїзмі Червоної Армії, закликаючи до єдності й мобілізації ресурсів під гаслом «Все для фронту, все для перемоги!».

У США пропаганда заохочувала населення до активної участі у війні, підкреслюючи необхідність спільних зусиль під гаслом “We Can Do It!”, символізуючи мужність та відданість.

У Великобританії акцент робили на стійкості та моральній підтримці населення через гасло “Keep Calm and Carry On” («Зберігайте спокій і продовжуйте»).

Холодна війна (1950-ті — 1980-ті рр.).

Холодна війна яскраво відобразилася в культурі та спорті, де наддержави використовували свої досягнення для демонстрації переваги. Наприклад, бойкоти олімпіад у Москві та Лос-Анджелесі стали символом політичного протистояння, як і суперництво в здобутті золотих медалей на міжнародних спортивних подіях. Особливо запам’яталися хокейні суперсерії між збірними Північної Америки та Радянського Союзу.

Пропаганда також знайшла місце в кінематографі, де фільми на кшталт «Рембо» та «Роккі IV» зображували ідеологічний конфлікт між Заходом і СРСР. Література, зокрема твори Тома Кленсі чи Йена Флемінга, через свої бестселери та фільми про Джеймса Бонда підтримували ідеї Холодної війни.

Протистояння велося і через медіа. Програми західних радіостанцій, таких як «Голос Америки», були спрямовані вплинути на радянських слухачів, тоді як СРСР активно глушив ці сигнали. Водночас СРСР поширював книги, журнали і газети іноземними мовами, з критикою західної політики.

Обидві наддержави використовували культурну дипломатію: США — через кіно, літературу і дослідницькі центри, СРСР — через підтримку комуністичних рухів і культурні події.

Розвиток технік маніпуляції в еру масмедіа.

В еру масмедіа пропаганда та техніки маніпуляції суттєво еволюціонували. Політики та рекламодавці почали детально вивчати стратегії впливу через засоби масової інформації. Емоційна апеляція стала однією з ключових технік, використовуючи яскраві образи та звукові ефекти для виклику сильних емоцій, які формували не лише сприйняття подій, а й поведінку.

Іншою важливою технікою є таргетинг, який через дані про користувачів дозволяє персоналізувати вплив, ускладнюючи розпізнавання маніпуляцій. Таким чином, розвиток технік маніпуляції в еру масмедіа став ключовим фактором, який змінює способи впливу на суспільство. Це підвищило важливість критичного мислення для протидії сучасним методам впливу.

Цифрова ера та глобалізація.

Продукти пропаганди часів Другої світової війни та Холодної війни досі залишаються актуальними. В епоху інформаційного суспільства пропаганда набула нових масштабів, зокрема через масмедіа. Політики почали ретельно вивчати стратегії впливу, зокрема адаптувавши їх до сучасних умов.

Сучасні методи пропаганди стали складнішими та адаптивнішими, використовуючи алгоритми та великі дані для цілеспрямованого впливу на різні аудиторії. Однією з ключових ознак є дезінформація та фейкові новини, які швидко поширюються через соціальні мережі. Це викривляє сприйняття подій і сприяє поляризації суспільства.

Соціальні медіа стали важливими платформами для політичних кампаній, що дозволяє кандидатам взаємодіяти з виборцями безпосередньо. У результаті пропаганда XXI ст. стала більш доступною і впливовою, створюючи нові виклики для медіаграмотності та критичного мислення в суспільстві.

В. Бескорсий

ТЕОРЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ ВИКОРИСТАННЯ ПРОСТОРОВОЇ ОБРОБКИ ЗВУКУ

V. Beskorsyi

THEORETICAL PRINCIPLES OF SPATIAL SOUND PROCESSING

В аудіовізуальних творах особливого значення має акустичне трактування звучання музичного епізоду або окремих елементів партитури. Сучасні технології дозволяють працювати з просторовими ефектами обробки звуку з нечуваною раніше деталістністю та багатогранними можливостями. Створення штучних просторів