

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
"ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ"

II Всеукраїнська науково-практична конференція

ЖУРНАЛІСТИКА ТА СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ
в контексті становлення
громадянського суспільства в Україні та світі:
виклики, тенденції, перспективи

15 березня 2024

Національний університет «Одеська юридична академія»
Факультет журналістики

ЖУРНАЛІСТИКА ТА СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В КОНТЕКСТІ СТАНОВЛЕННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ І В СВІТІ: ВИКЛИКИ, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ

Матеріали

II Всеукраїнської науково-практичної конференції

(Одеса, Національний університет «Одеська юридична академія»,
15 березня 2024 року)

Одеса 2024

Відповідальний за випуск:

Скалацька Олена Віталіївна

– доктор філософських наук, доцент, декан факультету журналістики
Національного університету «Одеська юридична академія»

Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції [наук. ред.
В.Колкутіна, упоряд. Ю.Грушевська]. Одеса: Національний університет
«Одеська юридична академія», 2024. 151 с.

Матеріали конференції присвячені визначенню перспективних напрямів
досліджень журналістики й соціальних комунікацій.

Призначається для науковців і викладачів у галузі соціальних комунікацій, а
також аспірантів, студентів і широкого кола читачів.

Матеріали публікуються в авторській редакції.

РОЛЬ МЕДІЙНОГО ВІДОБРАЖЕННЯ У ФОРМУВАННІ ВЗАЄМОРОЗУМІННЯ В СУСПІЛЬСТВІ.....	105
Семенова Катерина	
ТЕОРЕТИЧНІ І МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ.....	109
Сіміцар Владислав	
ЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ ВЕДЕННЯ ІНТЕРВ'Ю НА ПРИКЛАДІ ВІДЕОІНТЕРВ'Ю ВЛАДИСЛАВА СІМІЦАРЯ З ДМИТРОМ ВОЛКАНОВИМ	114
Стеколыщикова Валентина	
ТЕКСТОТВОРЧІСТЬ ЖУРНАЛІСТА ТА СОЦІАЛЬНЕ СЬОГОДЕННЯ: АМБІВАЛЕНТНІСТЬ ВІДОБРАЖЕННЯ, ХАЙПОВІСТЬ ТА ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА...	119
Тодоров Ігор	
КОМУНІКАЦІЙНИЙ ВИМІР НОВІТНІХ БЕЗПЕКОВИХ УГОД УКРАЇНИ	122
Чабала Уляна	
НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ВІЙСЬКОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНІ.....	125
Цилосані Анна	
ОСОБИСТИЙ БРЕНД ЯК ФОРМА ПРОСУВАННЯ ПСИХОЛОГІВ ТА ЕКСПЕРТІВ (НА ПРИКЛАДІ КАТЕРИНИ ЛАЗОР)	128
Чубук Олег	
МЕТАМОРФОЗИ НОВИННОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В УМОВАХ ЗРОСТАННЯ «РОЛІ» СМАРТФОНА У ВИРОБНИЦТВІ Й ОТРИМАННІ НОВИН	133
Шкрабак Єлизавета	
ПРОПАГАНДА ЗА ДОПОМОГОЮ СИМВОЛІВ У XX-XXI СТОЛІТТІ.....	138
Шмаленко Юлія Іванівна	
СВОБОДА СЛОВА ЧИ ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА: ДИНАМІКА ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ ЩОДО ДЕРЖАВНОГО КОНТРОЛЮ НАД ІНТЕРНЕТ-КОНТЕНТОМ.....	141
Яковенко Олексій	
МЕТОДИКИ АНТИПРОПАГАНДИСТСЬКОГО ВПЛИВУ ПІД ЧАС ВІЙНИ	146
Автори	
	150

Шкрабак Єлизавета

ПРОПАГАНДА ЗА ДОПОМОГОЮ СИМВОЛІВ У XX-XXI СТОЛІТТІ

Ця робота досліджує використання пропаганди через політичні плакати в XX столітті, аналізуючи їх вплив на формування суспільної думки. Вона вивчає візуальні та текстові стратегії, які використовувались для мобілізації, едубації або маніпуляції населення в різних країнах. Методологія включає історичний аналіз та візуальну критику обраних плакатів. Висновки роботи підкреслюють значення пропаганди у формуванні політичного ландшафту XX століття та важливість візуальної культури як інструменту політичної комунікації.

Ключові слова: Пропаганда, політичні плакати, візуальні методи впливу, масова комунікація, історичний аналіз, політичний вплив.

This paper explores the use of propaganda through political posters in the twentieth century, analyzing their impact on shaping public opinion. It examines the visual and textual strategies that were used to mobilize, educate, or manipulate populations in different countries. The methodology includes historical analysis and visual criticism of selected posters. The conclusions of the work emphasize the significance of propaganda in shaping the political landscape of the twentieth century and the importance of visual culture as a tool of political communication.

Key words: Propaganda, political posters, visual methods of influence, mass communication, historical analysis, political influence.

Сучасний стан розвитку засобів масової інформації передбачає велику кількість інформації, яка проходить повз нас щодня. Чутки, заголовки, фото, відео, аудіо матеріали впливають на підсвідомість людини. Тому проблема пропаганди стає особливо актуальною, враховуючи важливість свідомого сприйняття та аналізу інформації у наш час.

Будь-яка інформація може бути представлена людьми, які виступають як прості інформатори або пропагандисти. Пропаганда – це сукупність методів поширення інформації, які мають за мету вплив людей та поширення думок, тверджень та упереджень які призначено поширювати серед мас.

Поняття пропаганди широко використовується в різних сферах, де важливе встановлення чіткої позиції та формування загальної думки. Однією з таких сфер є політика, саме тому, раніше, у рамках поділу влади та майна активно застосовувались пропагандистські мотиви, щоб отримати бажаний результат та передбачуваний реакцію.

З 5:30 24 лютого 2022 року в Україні запроваджено воєнний стан, який продовжується по сьогоднішній день. Простими словами, це ніщо інше як війна. Важливим елементом збройної війни є інформаційна війна, яка впливає на мирне населення, формує суспільні думки та настрої.

Одним з елементів пропаганди є друкована поліграфія, зображення та символи. Власне пропаганда за допомогою символів будується на графічних зображеннях, які швидко запам'ятались людині на свідомому та підсвідомому рівні, і дають про себе знати у тригерному моменті. У результаті повної взаємодії кожного із компонентів створюється складне текстово-візуальне полотно, що формує повноцінне середовище за допомогою вербальних та невербальних компонентів, та має візуальний, структурний, змістовий вплив на адресата плакату [1, п. 1].

Плакати, які використовували за часів другої світової війни, мали характерні символи – свастика та серп і молот, і виглядали таким чином:



[2]

Натомість символи, які використовують рашистські загарбники на сьогоднішній день здивують не менше:



[3,4]

Характерним збігом є свастика, та модифіковані символи Z та V, які є похідними та спорідненими. Вони тлумачаться таким чином: Z – східні сили РФ; Z, обведена квадратом – сили РФ з окупованого Криму; V – морська піхота. [5]

Символ «свастика» відноситься до Німеччини, та використовувався активно як символ під час другої світової війни, тому був негативним тригером для всього українського народу. Сучасна Україна ж не змінила свого відношення до символу, і набула ще більше кривавих та загарбницьких сенсів для кожного українця.

Література

1. Тришчук М., “Креолізація як засіб компресії тексту” URL: https://tryshchuk.ucoz.ua/publ/kreolizacija_jak_zasib_kompresiji_tekstu/1-1-0-1
2. Ахмед А., “Хаос образів: плакати часів другої світової війни” URL: <https://supportyourart.com/stories/haos-obraziv-plakaty-chasiv-drugoyi-svitovoyi-vijny/>
3. Чому росія – фашистська держава: 14 аргументів (частина друга) URL: <https://images.app.goo.gl/C3eK67pcGRLpo2ky9>
4. В окупованому Криму комбайнер викосив у полі рашистські символи «Z» та «V» URL: <https://crimea.suspilne.media/ua/news/8426>
5. Орлова В., «Що означають символи Z та V на техніці окупантів: пояснення (фото)» URL: <https://www.unian.ua/war/shcho-znachit-z-ta-v-na-tehnici-okupantiv-foto-novini-vtorgnennya-rosiji-v-ukrajinu-11770981.html>

Науковий керівник: Літвінчук Ірина Сергіївна - кандидат юридичних наук, асистент кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія»