

Національний університет “Острозька академія”
Факультет романо-германських мов
Кафедра англійської філології

Анатолій ХУДОЛІЙ

ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА 2014-2022 рр.

Острог
Видавництво Національного університету «Острозька академія»
2022

Публікація підготовлена та видана за підтримки Відділу преси, освіти та культури Посольства США в Україні. Погляди та інтерпретації, представлені у цій публікації, не обов'язково збігаються з офіційною позицією уряду США. Відповідальність за вміст публікації несе винятково автор публікації / Supported by the Public Affairs Section of the U.S. Embassy to Ukraine. The views of the author do not necessarily reflect the official position of the U.S. Government.

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Національного університету «Острозька академія»
(протокол № 4 від 27.10. 2022 р.)*

Автор: Худолій Анатолій Олексійович,
доктор політичних наук, професор кафедри англійської філології
Національного університету «Острозька академія»

Рецензенти:

О. В. Шевчук, доктор політичних наук, професор;
Е. К. Коляда, кандидат філологічних наук, професор.

ХУДОЛІЙ А. О.

Інформаційна війна 2014-2022 рр. : монографія. Острог :
Видавництво Національного університету «Острозька академія»,
2022. 208 с.

ISBN 978-617-8041-16-8

DOI 10.25264/978-617-8041-16-8

У монографії досліджено теоретичні, методологічні та практичні аспекти інформаційної війни РФ проти України. Розкрито зміст фейків, меседжів і наративів, спрямованих проти України упродовж 2014-2022 рр., їхню роль у конвенційній війні РФ. Розглянуто вербальні маніпуляції, їхні комунікативні та когнітивні засади. Увагу зосереджено на структурі інформаційного впливу, інструментах інформаційної війни, комунікативних і когнітивно-психологічних особливостях системи інформаційного впливу.

Книга може бути корисною для всіх, хто цікавиться питаннями інформаційної війни, інформаційно-психологічними операціями, роллю ЗМІ у інформаційному протистоянні, внутрішньою та зовнішньою політикою воюючих сторін, військовими конфліктами.

УДК 81:327(477+(470+571))

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	5
СКРОЧЕННЯ	7
РОЗДІЛ 1. КОГНІТИВНІ ЗАСАДИ КОМУНІКАЦІЇ ТА МОВНОЇ МАНІПУЛЯЦІЇ	8
1.1. Мовна маніпуляція з точки зору комунікативного підходу	8
1.2. Когнітивні аспекти маніпуляції в інформаційній війні	20
1.3. Комунікація як зброя	31
1.3.1. Мова ворожнечі як запорука комунікативного впливу	32
1.4. Когнітивні засади маніпуляцій та інформаційних операцій	44
1.4.1. Картина світу. Ментальна та вербальна картини світу	44
1.4.2. Стереотипи у картині світу	57
1.4.3. Образи як компоненти картини світу	66
1.4.4. Міфи у картині світу реципієнтів	71
1.4.5. Фільтри сприйняття реальності	90
Висновки до розділу 1	95
ЛІТЕРАТУРА	98
РОЗДІЛ 2. ФЕНОМЕН ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ	108
2.1. Інформаційна війна	109
2.2. Принципи інформаційного протистояння	116
2.3. Інформаційна війна як психологічний феномен	123
Висновки до розділу 2	131
ЛІТЕРАТУРА	133

РОЗДІЛ 3. ВІЙНА ЯК ІНФОРМАЦІЙНИЙ КОНСТРУКТ	136
3.1. Фейки	140
3.2. Меседжі	152
3.3. Наративи	162
Висновки до розділу 3	173
ЛІТЕРАТУРА	175
 РОЗДІЛ 4. ІНСТРУМЕНТИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ	 179
4.1. Дезінформування, маніпулювання та пропаганда	180
4.2. Методи російської пропаганди	184
4.2.1. Метод створення загрози	184
4.2.2. Навішування ярликів	185
4.2.3. Апелювання до авторитету	187
4.2.4. Демонізація ворога	188
4.2.5. Спрощення фактів	189
4.2.6. Виривання із контексту	190
4.2.7. Буденна розповідь	191
4.2.8. Багаторазове повторення (метод Геббельса)	192
4.2.9. Інтерпретація подій	194
4.2.10. Суспільна думка	195
4.2.11. Поширення чуток	197
Висновки до розділу 4	199
ЛІТЕРАТУРА	201
 ДОДАТОК. СЛОВНИК ТЕРМІНІВ	 205
 ABSTRACT	 206

ПЕРЕДМОВА

Вивчення феномену маніпуляції та маніпулятивних технік, що справляють вплив на зовнішню та внутрішню політику країни, актуалізоване реаліями сьогодення, російською агресією проти України, яка розпочалася в 2014 році із захопленням українських територій, частин Донецької та Луганської областей, Автономної Республіки Крим. Проблема є актуальною і для української політичної науки, яка особливо гостро постала перед потребою пошуку оптимальної парадигми національного державотворення упродовж російсько-української війни.

Тема інформаційної війни, її засад, компонентів, технік, та її роль у повномасштабній війні, є предметом пильної уваги вітчизняних та зарубіжних науковців. Цей феномен, актуалізований агресією Росії проти України, не лише відбиває спосіб мислення та цінності РФ, але й спричиняє руйнування та смерть, що є загрозою для всієї цивілізації, оскільки наслідки війни впливають не лише на Європейські країни, але й на країни Азії, Африки, Латинської Америки.

Пропоноване монографічне дослідження є однією з перших спроб систематизації різних підходів до вивчення феномену інформаційної війни упродовж 2014-2022 років, аналізу еволюції наукових уявлень про її природу, функції, принципи формування, методи та техніки, як ефективного чинника впливу на внутрішню і зовнішню політику країни та її обороноздатність.

Інструменти інформаційної війни є потужним інструментом маніпулювання суспільною свідомістю. Зважаючи на те, що вони відбивають уявлення, цінності та картину світу російського соціуму, а їх формує цілеспрямована діяльність ЗМІ і політичної пропаганди загалом, автор робить спробу з'ясувати, яким чином інструменти інформаційного протистояння впливають на поведінку громадян. Логічно постає питання: який власне набір інформаційних технік та методів використовує Росія для успішного ведення інформаційної війни проти України, які цінності вони транслюють та яким чином

вони впливають на формування суспільної думки українців, а, отже, і внутрішньої аудиторії, тих же росіян?

Автор монографії припускає, що конвенційна війна, внутрішня та зовнішня політика як багатоаспектне явище ускладнюється, її дедалі більше визначає низка чинників сучасного глобалізованого світу, серед яких вагома роль належить інформаційній війні. Вона значною мірою впливає на перебіг подій усередині країни, її обороноздатність, процеси державотворення тощо.

Мета дослідження – дати цілісне уявлення теорії і практики інформаційної війни. У монографії, підготовленій на основі матеріалів, опублікованих у відкритих джерелах, відображено погляди вітчизняних і зарубіжних авторів, що дає змогу отримати різнобічні знання про зміст та сутність інформаційної війни, зокрема інформаційних операцій РФ проти України, теоретико-методологічні основи організації і ведення інформаційно-психологічних операцій сучасності.

Об’єктом дослідження є інформаційна війна РФ проти України (2014–2022 рр.). У роботі критично узагальнено наукові доробки з цієї проблематики вітчизняних та зарубіжних авторів. Матеріалом для наукової розвідки послуговували повідомлення російських ЗМІ та публічні виступи політиків.

У монографії запропоновано комплексний підхід до вивчення феномену інформаційної війни на теренах України, реальної ролі фейків, меседжів і наративів, які активно використовує Росія у війні проти України. Застосований підхід до вивчення явища інформаційної війни як компонента традиційної війни дав змогу спрогнозувати наслідки такої активності у майбутньому, визначити її політичну, соціальну, воєнну ефективність, що було значною мірою недооцінено на початку агресії РФ. Матеріалом дослідження слугували дані вербальної репрезентації війни, дібрані з російських та українських медійних текстів (2014–2022 рр.) та доповнені деякими даними з соціальних мереж (спорадично).

Автор книги вдячний рецензентам – професорові **О. В. Шевчуку** і професорці **Е. К. Коляді** за їхні слушні поради щодо аналізу феномену інформаційної війни як компоненту конвенційної війни РФ проти України, воєнних дій у сучасних умовах.

СКОРОЧЕННЯ

ВВВ – Велика Вітчизняна війна

ВМС – військово-морські сили

ВПО – внутрішньо-переміщені особи

ГУР МО – головне управління розвідки Міноборони України

ДНР – терористичне квазідержавне утворення, самопроголошена *донецька народна республіка*

ІВ – інформаційна війна

ІПВ – інформаційно-психологічна війна

ККС – концептуальна картина світу

ЛНР – терористичне квазідержавне утворення, самопроголошена *луганська народна республіка*

ЛО – лексичні одиниці

НЗФ – незалежні збройні формування

РПЦ – російська православна церква

ЦА – цільова аудиторія

ЦПД – центр протидії дезінформації

УКМЦ – Український кризовий медіа-центр

РОЗДІЛ 1

КОГНІТИВНІ ЗАСАДИ КОМУНІКАЦІЇ ТА МОВНОЇ МАНІПУЛЯЦІЇ

Сучасний стан розвитку української держави характеризується агресивною політикою Російської Федерації щодо України, захопленням української території після “Революції Гідності” 2014 року (Кримського півострову, частин Луганської та Донецької областей) та повномасштабною війною 2022 року. Публічний дискурс російських політиків в РФ та проросійських політиків за кордоном зумовив посилену увагу до комунікативних особливостей виступів політичних діячів, офіційних заяв та повідомлень ЗМІ. Вивчення особливостей публічного дискурсу та повідомлень у російських ЗМІ дає змогу спрогнозувати особливості внутрішньо- та зовнішньополітичних цілей РФ щодо України.

Ми ставимо завдання з'ясувати когнітивні засади публічного дискурсу російських політиків та повідомлень російських засобів масової інформації, висвітлити роль, яку вони відіграють у інформаційній війні, спрямованій проти України, і виявити за допомогою яких механізмів здійснюється мовна маніпуляція суспільною думкою українців.

1.1. Мовна маніпуляція з точки зору комунікативного підходу

У дослідженні питання мовної маніпуляції важливу роль відіграє аналіз даного феномену з точки зору когнітивного та комунікативного підходів. Когнітивні засади комунікації сприяють розуміння основ комунікативного процесу; розвитку навичок аналізу публічних виступів; усвідомленню задуму публічних повідомлень; розрізненню та розумінню компонентів комунікативного

ланцюжка; поглибленню знань з лінгвістики, когнітології, комунікації та політології; ознайомленню з технологіями маніпуляцій суспільною думкою.

В комунікативній лінгвістиці комунікація постає як передача повідомлень від адресанта → до адресата. Проте, з розгортанням повномасштабної війни зростає роль комунікації, оскільки, шляхом здійснення змін у способах представлення об'єктів, у змістовому плані, посилюється вплив повідомлень на формування суспільно-політичної думки, як окремих громадян, так і суспільства, в цілому. З урахуванням вище зазначеного, когнітивна комунікація стає не просто способом передачі об'єктивного знання, а й способом розкриття впливу когнітивної активності учасників комунікації на процес і результат передачі інформації та знання.

Поняття когнітивної комунікації відіграє важливу роль у розумінні сучасних процесів у сферах демократії, політики та управління. Вивчення особливостей когнітивної комунікації – критично важливе з точки зору воєнних конфліктів, оскільки, в такому випадку, маємо змогу виявити механізми впливу на свідомість та процеси мислення, а, отже, усвідомити, як відбувається процес формування та маніпуляції думкою, і, як наслідок, – дій.

Г. Лассвел був одним із перших дослідників, який заклав когнітивні засади комунікації [Lasswel, 1948: 40]. Йому вдалося виокремити змістове наповнення повідомлення.

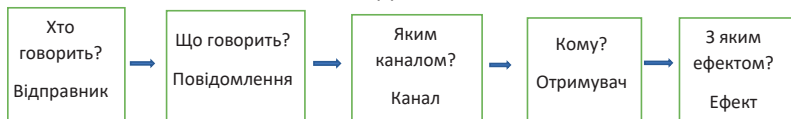


Схема 1. Модель комунікації Г. Лассвела (1948 р.).

Відправником інформації може бути телеведучий, журналіст, блогер, політик тощо. Категорія відправника стосується, за Г. Лассвелом, аналізу контролю. Американський науковець вважав, що, якщо ми хочемо дослідити, хто ж насправді контролює повідомлення, то слід звернути увагу на перший компонент комунікативного ланцюжка, – **відправника**. Увага до відправника означає, що контроль над повідомленням має той, хто його надсилає.

Другим важливим компонентом у комунікативному потоці виступає саме **повідомлення**. Важливим, на думку Лассвела, є аналіз того, що сказав адресант. У інформаційному просторі – це може бути новина, виступ політика, заява державного діяча, думка блогера. Для глибшого розуміння повідомлення корисним є контент-аналіз, який допоможе виявити важливі тези у повідомленні, усвідомити чи повідомлення є упередженим чи нейтральним. Для цієї мети слід зважити на те: 1) чи повідомлення описує ту чи іншу особу як переможця, чи як злочинця; 2) які думки чи поняття підсилюють чи навпаки, послаблюють правдивість фактів у повідомленні; 3) як представлені жінки чи меншини у повідомленні.

Третім компонентом виступає **засіб повідомлення**, яким є канал, тобто це може бути ТБ, електронна газета/журнал, блог, повідомлення у соціальних мережах. Розвиток Інтернету сприяв розвитку низки нових каналів повідомлень, таких як блоги, YouTube, вебсайти, соціальні медіа тощо.

Четвертим компонентом є **аудиторія**, на яку спрямоване повідомлення. Коли Г. Лассвел створив свою модель комунікативного ланцюжка, він мав на увазі ЗМІ. Засоби масової комунікації охоплюють різні, за параметрами, аудиторії, зокрема: громадян країни, читачів газет/журналів, глядачів ТБ, слухачів радіо. Сучасна епоха розширила аудиторію, до неї входять слухачі подкастів, читачі блогів, електронних газет і журналів, читачі вебсайтів, соціальних мереж, глядачі YouTube відео тощо. Для здійснення аналізу реципієнтів слід виявити безпосередню і потенційну аудиторію, враховуючи такі фактори, як демографія, поведінка, статус [Drew, C., 2022. Lasswell's Model Of Communication]. З розвитком нових медіа виникають нові категорії аудиторій, нові групи впливу, нові реципієнти.

П'ятим компонентом комунікативного ланцюжка є **ефект повідомлення**. Під ефектом розуміються мотиви, цілі відправника, серед яких можуть бути такі: вплинути на рішення виборців, ознайомити з певними проблемами та труднощами в політичному житті країни, переконати у правильності тих або інших рішень лідерів країни, обґрунтувати необхідність внутрішньо- та

зовнішньополітичних кроків, поширювати пропаганду – змусити аудиторію повірити у неправдиву або упереджену інформацію.

Слід зауважити, що широкий соціальний ефект нових медіа створює віртуальну реальність, своєрідні *бульбашки*, у яких починають чи продовжують жити реципієнти інформаційних повідомлень. Ми обираємо лише ті медіа, які нам подобаються, читаємо та слухаємо онлайн лише тих, кому ми, на нашу думку, віримо, поділяємо думки тих, кого вважаємо нашими авторитетами.

Г. Лассвел трактує політичну комунікацію переважно як імперативний, спонукальний процес, який охоплює комунікатора, відправника повідомлення, який тією чи іншою мірою прагне вплинути на аудиторію, яка і виступає в ролі адресата. Імперативний характер комунікації є функціонально зумовленим, оскільки відправник, політик, ведучий ток шоу, журналіст, переслідує конкретну мету, задля якої власне і здійснюється комунікативний акт.

У 1968 р. Г. Лассвел запропонував детальнішу версію своєї моделі комунікації. Удосконалена модель була представлена не лише як формула дослідження комунікаційного процесу, але й як розгорнутий план комунікативної дії. Удосконалена версія передбачала вивчення процесу комунікації за допомогою відповідей на такі запитання: Хто? З яким наміром? У якій ситуації? З якими ресурсами? Використовуючи яку стратегію? Робить вплив на яку аудиторію? З яким результатом? [Lasswell, 1968: 57–70].

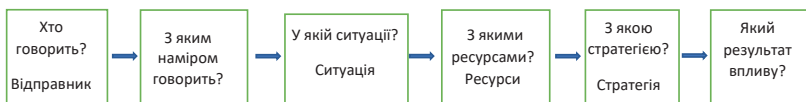


Схема 2. Модель комунікації Г. Лассвела (1968 р.)

Питання хто? пов'язане з визначенням джерела інформації, яке не завжди може збігатися з комунікатором, безпосередньо її надавачем: це може бути одна особа, а можуть бути і різні. Визначити це важливо для знаходження правильної відповіді на друге питання. Питання з яким наміром? – ключове. Тільки з'ясувавши дійсну мету комунікації, можна говорити про підбір адекватних цієї мети засобів (комунікатора, повідомлення, каналу), про вибір цільової

аудиторії і т. д. Чітке усвідомлення мети (інформування, інструктування або ж мотивування аудиторії) визначає відповідно і підбір решти компонентів комунікації як умова її ефективності. Відповідь на питання в якій ситуації? пов'язане з визначенням того, в якій ситуації – сприятливий, несприятливий або нейтральний здійснюється комунікативний акт. При цьому необхідно встановити наявність природних та штучних бар'єрів між комунікатором і аудиторією, які перешкоджають доведенню інформації до адресата, і спробувати мінімізувати їхній вплив. Відповідаючи на питання з якими ресурсами? Треба знати, що до ресурсів комунікації відносять як самих фахівців-комунікаторів, так і фінансові та інформаційні засоби, які вони мають у своєму розпорядженні, а також ефективні комунікативні технології, прийоми, методи і т. ін. Відповісти на питання використовуючи яку стратегію? – значить правильно вибрати стратегію, отже, забезпечити найбільш ефективний спосіб досягнення результативної комунікації.

Стратегія – це не тільки визначення перспективних цілей, а й підбір адекватних їм засобів і шляхів їх досягнення. Стратегія комунікації визначається в першу чергу характером мети, особливостями аудиторії, наявністю ресурсів. При виборі стратегії керуються вирішенням таких завдань: забезпечення максимально повної інформації та забезпечення надійного, швидкого і ефективного зворотного зв'язку. Питання на яку аудиторію? пов'язане з вибором аудиторії комунікації, тобто тих, кому адресовані повідомлення. Ефективність комунікації пов'язана з правильним вибором аудиторії (масової, спеціалізованої, окремих людей). Пошук «своїх» аудиторії і вміння підібрати до неї відповідні засоби і способи комунікативного впливу потребують високого професіоналізму та володіння методами і методиками конкретних соціальних досліджень.

Відповідаючи на питання **з яким результатом?**, ми маємо на увазі оцінку підсумку сукупних зусиль учасників комунікаційного процесу. Комунікація ефективна, якщо поставлені цілі реалізовані у встановлені терміни і з найменшими витратами. Комунікативна ефективність обумовлена зміною в знаннях та установках, переконаннях або поведінки одержувача інформації.

До відомої моделі Ґарольда Лассуела («хто говорить?», «що?», «кому?», «як?», «з яким ефектом?», американський дослідник Оле Холсті додає своє питання – «Чому?» [Holsti, 1969: 43]. Таке доповнення існуючої моделі значно полегшує пояснення новинних повідомлень, особливо з точки зору аналізу пропаганди та інформаційної війни, хоча, за мирних умов, воно не менш важливе, оскільки пояснює прагматичну мету адресанта.

Схему комунікативного ланцюжка Г. Лассвела ілюструє промова російського президента В. Путіна, який, 18 березня 2014 р., виступив із промовою про возз'єднання Криму з Росією:

Уважаемые друзья, сегодня мы собрались по вопросу, который имеет жизненно важное значение, историческое значение для всех нас. 16 марта в Крыму состоялся референдум, он прошёл в полном соответствии с демократическими процедурами и международно-правовыми нормами. В голосовании приняло участие более 82 % избирателей. Более 96 процентов высказалось за воссоединение с Россией. Цифры предельно убедительные. Чтобы понять, почему был сделан именно такой выбор, достаточно знать историю Крыма, знать, что значила и значит Россия для Крыма и Крым для России [Обращение Президента РФ, 18 марта 2014].

В термінах Лассвела промова виглядає таким чином:

Хто говорить?: Промову виголосив президент РФ в Кремлі 18 березня 2014 року.

Що говорить?: Російський політик повідомляє, що, згідно з референдумом і міжнародними нормами, жителі Криму висловились за возз'єднання з Росією. Російський лідер намагається переконати, що вибір кримчан був історично мотивованим. І виступ російського політика присвячений власне цьому конкретному питанню, тобто возз'єднанню Криму з Росією.

Яким каналом?: Промову було трансльовано по російському ТБ, по радіо, в російських і проросійських ЗМІ, як в Росії, так і за кордоном. Її також було завантажено на платформу YouTube, вона також є у вільному доступі у вигляді стенограми на сайті президента Росії.

Кому говорить?: В. Путін виступив перед депутатами Державної Думи, членами Ради Федерації, керівниками регіонів Росії і представниками громадянського суспільства. В. Путін був відправником інформації.

З яким ефектом?: Передбачуваний ефект промови полягав у тому, щоб підтвердити нав'язану росіянам і прихильникам російського агресивного зовнішньополітичного курсу думку про правильність здійсненого кроку (приєднання Криму до Росії), запевнити їх і легітимному (відповідно з нормами міжнародного права) вирішенні даного питання. Промова також мала переконати закордонну аудиторію, що приєднання Криму було законним, історично-логічним, етнічно мотивованим і послідовним. Щоб надати вагомості промови та її змісту, президент зібрав представників законодавчих і виконавчих органів, громадськості, продемонструвавши таким чином, що Росія – демократична держава, що керується в своїх діях правовими нормами і законами.

Путін виголосив промову о 15.50, а о 19.30 вечора, в Москві, відбувся мітинг “Мы вместе” на підтримку прийняття Криму до складу РФ. Зрозуміло, що мітинг був заздалегідь організовано спецслужбами для того, щоб “створити картинку” своєрідної підтримки народом політики Кремля [Мітинг «Мы вместе!» в піддержку прийняття Крима в состав РФ, 18 марта 2014]. На тому мітингу Путін теж виступив, переконуючи, що народ і влада єдині і, що Путін, насправді, виконує волю російського народу, роз'єднаного непродуманою політикою попередників.

Як проілюстровано вище, функціональні елементи комунікаційного ланцюга детерміновані особливостями людської психіки. Сучасні інформаційні процеси, зокрема виступи, заяви, повідомлення у ЗМІ, комунікативно та психологічно продумані, збалансовані та узгоджені, згідно з сучасними когнітивними дослідженнями, здатні ефективно вплинути на думки і вчинки людей у супереч навіть їхній природній логіці поведінки. Відповідно до засад когнітології, важливим є твердження про те, що обробка інформації має конструктивний зміст; тобто люди не просто кодують, а згодом відтворюють прочитану або почуту у ЗМІ інформацію. Очевидно, що вони засвоюють інформацію, інтерпретуючи її згідно

зі своїми знаннями, уявленнями, цінностями, настановами, культурними, національними особливостями, освітнім рівнем і контекстом, в якому отримано повідомлення. Тобто маємо на увазі, що промови російських політиків відповідають цінностям, уявленням і культурним особливостям російської аудиторії.

Заслуговує уваги інший уривок промови згаданого політика:

В Криму буквально всё пронизано нашей общей историей и гордостью. Здесь древний Херсонес, где принял крещение святой князь Владимир. Его духовный подвиг – обращение к православию – predetermined общую культурную, ценностную, цивилизационную основу, которая объединяет народы России, Украины и Белоруссии [Обращение Президента РФ, 18 марта 2014].

Варто уточнити, що Крим – автономна республіка, розташована на тимчасово окупованій території України, а Херсонес, згаданий у промові, (сучасний Севастополь) упродовж історичного періоду був центром торгівлі візантійської імперії, але не РФ. У промові згадано і князя Володимира, Володимира Святославича (960/963–1015) – князя київського (979–1015), Хрестителя Русі. За переказами князь тримав в облозі Херсонес понад півроку, упродовж якого він втратив зір. Переказ свідчить, що коли князь увійшов в Херсонес, то зустрічаючи князя, його майбутня дружина цариця Анна сказала: «Хрестись і прозрієш». Після купелі князь Володимир дійсно прозрів і Херсонес залишав зовсім інший князь, зовсім інша людина [Хрустальова, 2013].

Слід звернути увагу на референдум 16 березня 2014 р., про який згадує російський політик. Жодна з міжнародних організацій, на кшталт, ООН, СНД, ЄС та ОБСЄ своїх офіційних спостерігачів на референдум не надсилали. Результати «референдуму» не визнало більшість держав світу. На референдумі було поставлено 2 питання: про входження Криму до складу Росії на правах суб'єкта Російської Федерації та про відновлення Конституції Республіки Крим від 1992 р. і залишення Криму у складі України. Псевдореферендум провели за підтримки російських військ та російських козачих загонів. За оголошеними організаторами

результатами референдуму, за приєднання до Росії у Криму (крім Севастополя) буцімто проголосувало 96,7 % учасників голосування, у Севастополі – 95,6 %.

На сайті ради при президентові Росії з питань розвитку громадянського суспільства та прав людини на короткий час з'явилася інформація, що у референдумі брало участь не більше 30 %, з яких близько 50 % висловилося за приєднання до Російської Федерації, дані про 30-40 процентну явку оприлюднив і Меджліс кримськотатарського народу [Ремовська, 2021].

РФ визнала референдум і заявила, що російське втручання в Криму було спрямоване на забезпечення безпеки громадян і створення сприятливих умов для їхнього волевиявлення. У лютому 2014 р. у Держдумі Росії було навіть подано законопроект про спрощення процедури прийняття нових суб'єктів до складу РФ, хоча, відповідно до російського законодавства, прийняття нового суб'єкта можливе тільки зі згоди Росії і держави, якій територія належить; причому ініціатива повинна виходити саме від цієї держави. Проте, заради досягнення мети депутати навіть запропонували процедуру, згідно якої приєднання регіону до Росії стало можливим за ініціативою цього регіону, за зверненням органів влади регіону і результатами місцевого референдуму, без згоди держави, до якої входить регіон. Тобто, мета виправдовувала цілі, якщо потрібно змінити закони, Росія їх змінюватиме, незважаючи на норми міжнародного права.

В. Путін, в інтерв'ю 4 червня 2014 р. заявив, що російські війська, що знаходилися в Криму, дійсно допомогли жителям Криму провести референдум і, звісно, Росія не могла дозволити, щоб «історична російська територія з переважним етнічним російським населенням» пішла до НАТО:

... у нас не было никаких гарантий в том, что Украина завтра не станет частью Североатлантического военного блока. Позволить, чтобы историческая российская территория с преимущественным этническим русским населением ушла вот туда, в какой-то международный военный альянс, притом что сами жители Крыма хотят быть

частью России, – извините меня, по-другому мы просто поступить не могли... [Интервью Путина радио «Европа-1» и телеканалу TF1, 4 июня 2014].

Заява про Крим як територію, що завжди входила до складу Росії – це одна із засад пропагандистської політики РФ. Цей міф виник на підставі анексії Російською імперією Кримського ханства у 1783 р. Крим, ані загалом, ані жодна його частина окремо, не входили до складу Росії, тож заява про «споконвічне володіння» півостровом звучить безглуздо. В 1783 р. відбулися ліквідація Кримського ханства й анексія Петербургом його території, після чого півострів перебував у складі Російської імперії повних 134 роки – до весни 1917-го. У продовж подій 1917–1920 рр. Крим перебував під контролем то «червоних», то «білих» російських урядів. З весни 1918-го до весни 1919-го півострів перебував під окупацією німецької та французької армій. До складу радянської Росії формально Крим входив упродовж 34 років – до 1954-го, але з перервою на німецьку окупацію з осені 1941-го до весни 1944-го [Подільська, 2020].

За підрахунками історика Сергія Громенка, сумарно Петербург і Москва володіли Кримом 171 рік (1783-1954), а з урахуванням часу окупацій, на 3,5 року менше. Отже, з трьох тисячоліть писемної історії Криму (IX ст. до н. е. – XXI ст.) його фактична належність Росії тривала 168 років або 5,6 % писемної кримської історії. Кримський ханат існував 342 роки (1441–1783 рр.) [Громенко, 2017: 50-53].

Тема Криму є логічно продуманою спекуляцією РФ, яку періодично обговорюють російські політики та журналісти. В промові 18 березня 2014 року, з нагоди приєднання Криму до Росії, В. Путін зазначив:

Крым – это Севастополь, город-легенда, город великой судьбы, город-крепость и Родина русского черноморского военного флота. Крым – это и уникальный сплав культур и традиций разных народов. И этим он так похож на большую Россию, где в течение веков не исчез, не растворился ни один этнос. Русские и украинцы, крымские татары и представители других народов жили и трудились рядом на

крымской земле, сохраняя свою самобытность, традиции, язык и веру [Обращение Президента РФ, 18 марта 2014].

Варто зауважити, що міф про Севастополь як місто-легенду, місто-герой і батьківщину російського флоту, започаткував декабрист М. Бестужев, який у своєму листі від 1856 р. зазначив, що Севастополь упав, але з такою славою, що кожен росіянин, а особливо моряк, повинен пишатися падінням, яке варте блискучих перемог. Після цього стало звичним поєднувати в одному реченні слова «Севастополь», «слава», «росіянин» і «моряк». Велику роль у формуванні міфу відіграли «Севастопольські оповідання» Льва Толстого. Та й царський уряд теж спрямував чимало зусиль і коштів на підтримку культу героїв битви за Севастополь. Плекала міф і радянська влада, що врешті-решт призвело до усталеного образу про місто-герой [Громенко, 2017: 67-68].

Щодо твердження Путіна про велику Росію, в якій не розчинився жоден етнос, то така заява не відповідає дійсності згідно з офіційною статистикою РФ.

Офіційно на території РФ проживає 1.9 млн українців (2010 р.). За неофіційними підрахунками, станом на 2015 р., у Росії проживає близько 7 млн. українців [Майданюк, 2015]. У Російській Федерації немає шкіл, де вся навчальна програма викладається українською мовою», – заявив офіційний представник МЗСРФ Андрій Нестеренко. Москва пояснює відсутність українських шкіл у Росії тим, що запити на відкриття таких з боку батьків і громадських організацій до управлінь освіти РФ «практично не надходять» [Москва пояснює відсутність укр. шкіл у Росії спорідненістю мов, 2009].

Аналіз промови Путіна в 2014 році свідчить про перекручення історичних фактів на користь сформованою російською пропагандою ідеї про російські корені Криму і волевиявлення кримчан. Глибше зрозуміти задум російських імперців допомагає удосконалена модель Г. Лассвела, яку він оприлюднив у 1968 році. Вона має такий вигляд:

Хто? → З яким наміром? → У якій ситуації? → З якими ресурсами? → Використовуючи яку стратегію? → Робить вплив на яку аудиторію? → З яким результатом?

Запитання 3 яким наміром? Охоплює політичні та військові аспекти: підготувати громадську думку про те, що Україна слабка, а Росія – сильна; заява була орієнтована на внутрішню аудиторію (РФ + Крим); такою заявою Путін мав намір підтримати 5-у колону в Україні (проросійські партії, електорат); це – також була демонстрація намірів на зовнішньополітичній арені (пострадянський простір = СНД + Захід). З точки зору військових аспектів, заява була демонстрацією сили (після Грузії 2008 р.); водночас – це була проба сил, тобто підготовка до вторгнення 2022 р. та перевірка реакції Заходу, який проковтнув агресію Москви в 2008 р.

3 якими ресурсами?: ресурси Москви жодним чином не варто порівнювати з ресурсами Києва, оскільки Росія набагато потужніша країна в економічному плані і економіці України не під силу тягтися з економікою Росії. Військова міць РФ в разі перевершує українські ЗС. Необхідно визнати, що в українському суспільстві існували на той час внутрішні протиріччя та проросійські настрої, які погіршували ситуацію і ускладнювали опір. Україна, після втечі В. Януковича, потребувала сильного керівництва. Енергетично, Україна була залежною від РФ.

Використовуючи яку стратегію?: Стратегічно для досягнення мети слугував публічний і політичний дискурс російських і проросійських політиків, які підсилили промову Путіна. Ціла низка офіційних заяв політиків, депутатів Російської Думи (В. Жириновський тощо) та проросійських політиків на теренах України, звучали в унісон з промовою російського президента. Меседжі та наративи підсилювала відповідна політична символіка, евфемізація, десемантизація, перекичування фактів. Всі згадані засоби значною мірою підживлювали проросійські настрої місцевого населення.

Під евфемізацією розуміємо сталі словосполучення, пов'язані з подіями в Криму 2014 року, на кшталт: *зелені чоловічки; ввічливі люди; Кримська весна; Кремлівські куратори; «Кримнаш» – кримнашисти*. З'явилися і відверто ненависницькі вирази, зокрема: українська влада – *хунта*.

3 яким результатом?: Слід визнати, що російській пропаганді вдалося досягти мети, переконати росіян і проросійськи налаштованих українців, на півострові та континентальній частині в тому,

що Росія переслідує гуманні цілі, захищає росіян і поважає демократичні засади. На жаль, Україна в 2014 році програла інформаційну битву.

Комунікативний вплив політичних заяв, виступів і новинних повідомлень має ідеологічний характер. Ідеологічна спрямованість може виражатись у вигляді мовних кліше, евфемізмів, стереотипів тощо. *Ввічливі люди, зелені чоловічки*, – ці сталі фрази звучать невинно, проте вони віддзеркалюють спосіб мислення московських політиків, росіян загалом. Ідеологічний вектор можна зобразити такою схемою: заяви політиків/новинні повідомлення → зміни у сприйнятті → зміни у картині світу → зміни в мовленні та поведінці.

Аналіз подій і заяв російських політиків свідчить про значний вплив інформаційних повідомлень як маніпулятивних інструментів, що виправдовують зовнішню політику Росії.

1.2. Когнітивні аспекти маніпуляції в інформаційній війні

Особливістю інформаційної війни є те, що вона базується на комунікативних процесах, які виступають її основою. Водночас, сама комунікація підкоряється як стратегічним, так і тактичним законам. Тобто у рамках стратегічних комунікацій визначається, яка інформація і як має бути виявлена, а у рамках тактичних – де і коли [Сенченко, 2014: 4].

Комунікація тісно переплітається з когніцією, оскільки пізнання, як соціальний процес, неможливе без спілкування. Між мовою та пізнавальною діяльністю людини існує тісний зв'язок. Водночас, комунікація має когнітивне підґрунтя на якому власне і відбувається передача та прийом інформації. У цих процесах активно задіяно мозок, в якому відбуваються динамічні процеси (див. Схему 1.2.1., подану нижче):

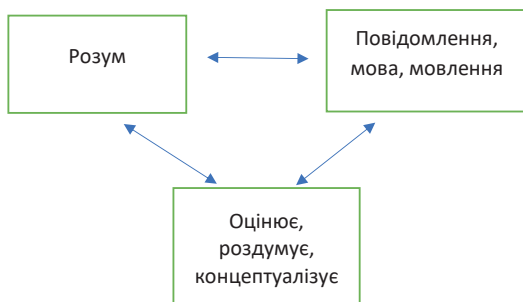


Схема 1.2.1. Функціонування мозку та породження мовлення

Схема 1.2.1. відображає взаємозв'язок мозку та його продукту – мови/мовлення, процесів мислення та вербалізації думок. Розум оцінює повідомлення, роздумує над ним, узгоджує з існуючими концептами, що зберігаються в ментальній картині світу реципієнта, а згодом і концептуалізує, зберігає його. Мова виступає його інструментом, як з боку відправника, так і з боку, отримувача. Вербальні повідомлення, через мову, мовлення, надходять до реципієнта, зазнають обробки і, якщо проходять фільтри, то зберігаються в системі концептів. Всі компоненти даної схеми перебувають у тісному зв'язку. Слід зазначити, що повідомлення має відповідати картині цінностей реципієнта, тобто воно має бути переконливим, вірогідним, правдивим.

Розум є продуцентом ментальних конструкцій і концептуальних понять, з одного боку, а з іншого, мовних одиниць, зокрема лексичних одиниць (ЛО), які мають двосторонній характер, – поєднання форми і змісту. Ментальні утворення, що виникли внаслідок операцій (оцінювання, роздумів, концептуалізації) продукують потребу в нових/оновлених лексичних одиницях, і водночас, нові ЛО в мозку і через мозок приводять до формування нових ментальних утворень, які мозок, в свою чергу перевірить, оцінить, осмислить, концептуалізує і збереже до бази даних, тобто пам'яті.

Циклічність даного процесу є важливою для розуміння когнітивних процесів сприйняття повідомлень російських ЗМІ, чуток, міфів тощо.

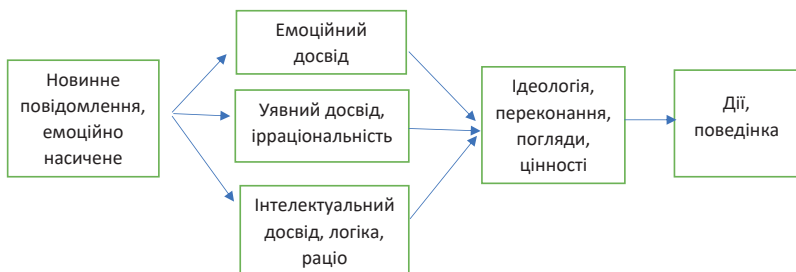


Схема 1.2.2. Когнітивні процеси сприйняття новинних повідомлень

Основу когнітивного процесу в термінах когніція-мова із залученням трьох видів досвіду описав Жак Кулардо у статті “Без когніції немає комунікації” [Coulardeau, 2018: 12].

Ми розглядаємо комунікацію як органічну складову частину людського розуму, яка тісно пов’язана з когнітивними структурами: фреймами, сценаріями і процесами – сприйняттям, мисленням, увагою та пам’яттю. Слідом за Т. А. ван Дейком вважаємо основним типом репрезентацій “модель ситуації”, яка відіграє фундаментальну роль у соціальному пізнанні. На його думку, в основі ситуаційних моделей лежать не абстрактні знання про події, а особистісні знання носіїв мови, які акумулюють їх попередній індивідуальний досвід, настанови і наміри [Дейк, 1989: 9]. З когнітивної точки зору сприйняття та осмислення новинних повідомлень, виступів політиків, передбачає побудову специфічної моделі події, яка описана телеведучою, журналістом, політиком, а крізь призму новоствореної моделі конкретної ситуації відбувається оновлення й уточнення інших загальних моделей [Худолій, 2006: 33-34].

Слід зауважити, що мета новинних повідомлень – не факти, а вже готові схеми інтерпретації фактів або подій. До речі, до середини січня 2014 року основна теза російської пропаганди і медіа, підконтрольних українській владі, була простою – *на Майдані у Києві знаходяться безхатки, ледацюги, там – бруд, пияцтво і все швидко закінчиться*. А політична теза була сформульована так:

договір з Європою для України – загибель, а от союз з Росією – спасіння [Росія проти Майдану, 2014]. Замість того, аби неупереджено подавати факти, російські ЗМІ розкрутили маховик інформаційної війни. Неупередженість полягала б у тому, щоб описати людей, які перебували на Майдані, озвучити їхні мотиви, пояснити ситуацію з обох боків, протестувальників і влади, можливо, описати навіть позицію західних країн, РФ і дати можливість читачам і слухачам сформувати власну думку про події в Україні. Наступні події підтвердили думку про українофобську позицію російських медіа. 22 лютого Янукович втік із Києва, а потім із України, а влада перейшла до опозиції. Москва була шокована перші години, а потім українців і росіян накрила інформаційна лавина, ураган пропаганди і відвертої брехні. Читачі, слухачі та глядачі інформаційних повідомлень стали жертвами інформаційної війни, результатом якої став потік завчасно сконструйованих схем, які нав'язували і продовжують нав'язувати російські та проросійські ЗМІ. Як тільки реципієнт прийняв нав'язані схеми, вони стають своєрідними фільтрами для подальших повідомлень. Після цього, всі факти, подані іншими джерелами, каналами чи журналістами, сприймаються через фільтр засвоєних схем, і якщо інформація не співпадає з інкорпорованими схемами, то носій схем таку інформацію не приймає, заперечує або ігнорує. Сприймається лише інформація, що відповідає закладеним схемам [Aliaksandrau, 2014: 60].

Поширення новинних повідомлень виявляється процесом, який суміщає при цьому комунікативні, соціальні та когнітивні акти і стратегії. Так, схему компонентів у загальному комунікативному ланцюгу можна подати таким чином: новинне повідомлення → структура повідомлення → побудова когнітивної моделі (когнітивна обробка та репрезентація) новинних повідомлень соціальними суб'єктами → побудова моделі її оновлення → поширення новинного повідомлення (соціальні репрезентації) [Дейк, 1989: 152-153].

Новинні повідомлення є ключовими елементами теорії культивування, яка була розроблена професором Джорджем Гербнером з Анненбергської школи комунікацій Університету Пенсильванії в 60 роках ХХ ст. Професор досліджував як перегляд телевізора впливає на уявлення аудиторії про навколишній світ. Дослідження

культивування відноситься до “ефектів впливу” медіа на маси. Згідно з теорією, тривалий вплив ТБ на аудиторію має кумулятивний та істотний характер. Телевізійні програми формують, “культивують” в глядачів різні концепції соціальної реальності. Тобто той контент, який глядач довго переглядає, стає баченням світу цього глядача. Якщо український глядач регулярно переглядає російські програми телеканалів, то з часом він відчуватиме себе частиною російської реальності. А це, в свою чергу, формуватиме культуру глядача і ширших мас (уподобання, норми, звички, поведінка, мораль, мова, релігія, традиції тощо) – тобто те, що називають “м’яким впливом” [Піддубний, 2015]. Гербнер стверджував, що масові медіа культивують настрої та цінності, що вже присутні в культурі: він вважав, що медіа підтримують цінності наявних носіїв культури (різноманітних зірок), таким чином “зв’язуючи” їх з широкими масами.

Осмислення політичної заяви, виступу, інтерв’ю, телевізійної програми або новинного повідомлення передбачає постійну взаємодію змісту програми і знань адресата. Люди активно осмислюють те, що бачать і чують, а їхні думки – це важлива частина конструктивного процесу пізнання. У процесі засвоєння інформації та її дальшого використання задіяні схеми, когнітивні схеми (schemas).

Поняття “когнітивна схема” було введене У. Найсером [Neisser, 1967] у зв’язку з проблемою вивчення репрезентації образу навколишнього світу в структурі індивідуальної свідомості. Загалом, під поняттям “когнітивні схеми” найчастіше розуміють відносно стійкі когнітивно-афективні комплекси, які формуються в процесі набуття особистістю досвіду; моделі, за допомогою якої особистість опосередковано аналізує і відтворює інформацію, яку сприймає [Падун, 2003].

Роль схем у процесі пізнання світу, сприйняття новин – важлива, оскільки когнітивна схема є ментальним конструктом, що складається із вірувань і сподівань людини, що розвинулися з набутого людиною досвіду. З віком схема стає детальнішою і складнішою. Когнітивна схема є *стиснутою інформацією*, утворенням, що допомагає нам швидко організовувати та обробляти інформацію.

Глибше зрозуміти когнітивне сприйняття новинних повідомлень допоможе теорія С. Епштейна, згідно з якою реципієнти сприймають інформацію двома способами: емпіричним і раціональним. Конструкти, які люди будують з допомогою раціональної системи, називають переконаннями, а конструкти, сформовані в емпіричній системі, називають схемами (імпліцитними переконаннями). Схеми виступають основою теорії реальності, яку будує людина. Здійснивши аналіз праць дослідників психології особистості, Епштейн виокремив чотири базисних потреби, які детермінують людську поведінку: потяг до задоволення і мінімізації болю; намагання сформувані логічну і стабільну концепцію навколишнього світу; віднайти об'єкт прив'язаності; підвищити почуття самоповаги. У відповідності з основними потребами особистості, Епштейн виявив чотири базових переконання (схеми), що формують особистісну теорію реальності: 1) про доброзичливість навколишнього світу; 2) про його справедливість; 3) про те, що навколишнім людям можна довіряти; 4) про особисту значимість [Epstein, 1990: 170].

Поняття “схема” пов'язане зі структурою знань або загальними рамками, які впорядковують спогади індивідуума про людей і події. Схема – це загальний конструкт, який обробляє всі види інформації (видиму і почуту, вербальну і невербальну). Людина засвоює і використовує ментальні схеми, що ґрунтуються на набутому досвіді. Одним із наслідків впливу на обробку інформації є те, що індивідуум, цілком імовірно, вийде за межі фактичної інформації та зробить такі висновки щодо людей чи подій, які не суперечитимуть раніше сформованим схемам. Наприклад, людина з негативною схемою щодо росіян може відреагувати на новини, трансльовані російськими ЗМІ, зовсім інакше, ніж людина, яка не має подібних упереджень. Значна частина змісту схем зазвичай обумовлена культурно. Творці новинних повідомлень, розрахованих на міжнародну аудиторію, враховують культурні відмінності. Активізація схеми у свідомості людини також може бути спричинена якоюсь додатковою приватною інформацією, опублікованою у програмі чи статті. Її можуть також спровокувати певні формальні

прийоми, до яких іноді вдаються ЗМІ, наприклад, флеш-бек, монтаж або повтори певних епізодів [Житарюк, 2018: 62-63].

М. Холодна систематизувала підходи науковців щодо типології когнітивних схем, зокрема виокремила такі: “когнітивні карти” – когнітивні схеми, пов’язані з переміщенням у навколишньому середовищі; “прототипи” – комбінація найбільш типових сенсорно-візуальних ознак, що надають можливість приймати рішення про ступінь відповідності певного об’єкта тій чи іншій категорії; “антиципаційні схеми” – уявлення, які, були сформовані під впливом минулого досвіду, відповідають за прийом, збір та організацію інформації; “ієрархічні перцептивні схеми” – багаторівнева когнітивна структура, яка містить просторові образи об’єктів, їхні загальні та детальні характеристики; “комплекс схем” – когнітивні схеми, сукупність яких характеризує доступний для особистості рівень “ментальних можливостей”; “фрейми” – схематизовані уявлення про ту чи іншу стереотипну ситуацію, що складається з узагальнених “каркасів”, що відтворюють стійкі характеристики цієї ситуації, і “вузлів”, які чутливі до її ймовірнісних характеристик та можуть наповнюватися новими даними; “сценарії” – когнітивні структури, що сприяють відтворенню часової послідовності подій, очікуваних особистістю; “глибинні семантичні і синтаксичні універсалиї” – базові мовні структури, які сприяють передбаченню характеру використання та розуміння мовних знаків у мовленнєвій діяльності. Кожний із зазначених вище видів когнітивних структур складає основу певного рівня пізнавального відображення, забезпечує ту чи іншу активну форму упорядкування нової інформації (її ідентифікацію, зберігання, декомпозицію, селекцію за релевантними ознаками, передбачення змін) [Холодная, 1997: 92–93].

Згадані вище схеми беруть безпосередню участь у процесі сприйняття та осмислення новин, телепередач медійного контексту. Процеси пізнання, задіяні в ході сприйняття новин, перегляду телепередач, формують поведінку реципієнтів і впливають на неї, тому зміст когнітивного підходу до комунікації можна звести до “бажання пояснити соціальну поведінку з допомогою опису процесів пізнання, притаманних людині”, що можна представити

за таким ланцюжком: дізнаюся, оцінюю, усвідомлюю, розумію, вирішую – і дію (або – не дію) [Житарюк, 2018: 67].

Теоретик когнітивізму Р. Абельсон стверджував, що кожна людина насамперед *розмірковувач*, а потім уже *діяч* [Abelson, 1968:113]. Тобто дії людини переважно усвідомлені, а не спонтанно-рефлексні, є квінтесенцією процесуального типу поведінки. Це коли йдеться про мирний час, проте під час війни ситуація змінюється, особливо коли йдеться про викривлення інформації.

Під впливом фейкових новин, сприйняття неправдивої інформації, психіка реципієнтів зазнає значних деструктивних впливів двох видів, перший з яких пов'язаний з утратою цінної актуальної інформації, а другий – із впровадженням у психіку деструктивної інформації. Це, зокрема, навіювання як спосіб словесного й образного впливу, що зумовлює некритичне сприйняття і засвоєння будь якої інформації психологічного впливу. Унаслідок навіювання можуть виникнути уявлення, які не відповідають дійсності і призводить до неадекватних вчинків об'єктів впливу. Стрімке зростання обсягу інформації в сучасному світі привели до перерозподілу питомої частки даних про оточуючий світ на користь даних, які реципієнт отримує зі ЗМІ. Сучасні можливості електронних засобів масової інформації, у сукупності з науковою та публіцистичною літературою і періодикою, сприяють ефективному впливу на розум, свідомість і психіку мільйонів людей. Інформація і пропаганда стали сьогодні настільки потужними, що здатні впливати на появу, перебіг і кінцевий результат політичних подій, питань миру і війни [Дзюба, Жарков, 2006 : 22].

Людська психіка як об'єкт психологічного впливу є системою, що охоплює потреби, мотивації, когнітивні, емоційно-вольові та комунікативно-поведінкові компоненти. Вона може функціонувати збалансовано або з певними відхиленнями в існуючих взаємозв'язках. На обидва режими роботи психіки впливає ефект когнітивного дисонансу Л. Фестінгера, тобто явище неузгодженості між інтелектуально-пізнавальними та іншими компонентами психіки. Таке протиріччя викликає в людини прагнення зменшити його або хоча б перешкодити його наростанню, що виявляється в недовірливому ставленні до нової інформації, зміні поведінки відповідно

до отриманої нової інформації і переосмисленні попередньої інформації [Дзюба, Жарков, 2006 : 174].

Російські ЗМІ, пропагандисти та політики, намагаючись вплинути на аудиторію, спочатку провокують відхилення у функціонуванні окремих компонентів психіки об'єкта впливу. Як тільки динамічна рівновага між ними порушиться, реципієнт починає переживати стан когнітивного дисонансу. Після цього пропагандисти спонукають його до відновлення рівноваги за рахунок зміни своїх колишніх, звичних для нього поглядів, переконань і відносин, а потім і стереотипів поведінки.

Стан когнітивного дисонансу виникає в ситуаціях, коли особа усвідомлює, що діє чи діяла у минулому всупереч своїм внутрішнім установам чи переконанням. Теорія когнітивного дисонансу стверджує, що з можливих способів інтерпретації та оцінки тієї чи іншої життєвої ситуації та поведінки за певних несприятливих обставин людина вибирає саме ті, які викликають менше занепокоєння, докорів сумління, відчуття емоційного дискомфорту. Якщо людина за певних обставин вчинила дії, які потім викликали докори сумління, то, згідно з теорією когнітивного дисонансу, в інтерпретацію ситуації та її оцінку можуть бути внесені певні корективи, які нейтралізують підстави для хвилювань і внутрішнього дискомфорту. У багатьох випадках це досягається без особливих зусиль. Досить часто для нівелювання когнітивного дисонансу використовують “зовнішнє виправдання”: особиста відповідальність за негативний вчинок знімається тим, що його визнають вимушеним (*змусили, наказали*) або ж виправдання засноване на корисливому мотиві (*добре заплатили, а потрібно ж годувати сім'ю*) [Римар, 2013: 99-100]. Якщо ж прийнятних підстав для зовнішнього виправдання недостатньо, то в дію вступає інший спосіб подолання відчуття внутрішнього дискомфорту – підміна одних когнітивних елементів іншими.

Теорія когнітивного дисонансу пояснює деякі способи соціальної поведінки, зокрема в ситуації з повномасштабною війною РФ проти України. Ті, хто підтримував Росію на початку її агресії в березні 2022 року казали, що *війну веде лише Путін*, потім, що *не всі росіяни погані, що є й хороші росіяни*; згодом що *злочини*

російських військових – недоведені; російські військові, після захоплення в полон заявляли, що їхали на навчання, а не на війну; а коли їх піймали на брехні, то виправдовувались, що буцімто всі так кажуть і обманюють; деякі казали що їх просто посадили у вагон чи автівки і повезли, куди їхали, вони не знали. Російські загарбники називають війну на нашій землі – *сафарі на українців*. Вони свідомо чинять усі звірства і щиро вірять, що ми такі ж нелюди, як і вони. Тому в окупантів, які потрапляють в український полон, відбувається *розрив шаблону*. Ось як росіянин, лейтенант, потрапивши на допит СБУ, очікував, що з ним *сделают что-то невероятное: уши отрежут, пальцы*. Гуманне ставлення українців до полонених – не єдине прозріння «вояка». Не побачив він тут ні утисків російської мови, ні жорстокого поводження з етнічними росіянами. Тому, звертаючись до російських *любителів сафарі*, рекомендує їм залишатися вдома, навіть якщо це загрожуватиме їм в'язницею (10 квітня 2022 р.) [Полонені російські військові: відео зізнань про злочини в Україні (2022)]. Російські окупанти, перебуваючи в полоні воліють перекласти провину на політиків. Мовляв, *винен не той, хто виконує, а той, хто віддає накази* (22 березня 2022 р.). Такої позиції дотримуються навіть ті загарбники, які вважають себе освіченими людьми.

Люди, які дотримуються протилежних поглядів, схильні інтерпретувати ті ж самі факти зовсім по-різному; кожний пригадує тих, хто підтримує його позиції, і забуває те, що могло б створити дисонанс. Російські військові завдавали болю, страждань цивільним, катували їх. Таким чином вони зменшували дисонанс, принижуючи цивільних, і переконували себе, що українці не мають права на життя, оскільки вони нацисти і т. д.

Щоб здійснити інформаційно-психологічний вплив, російські ЗМІ спочатку провокують відхилення у функціонуванні окремих компонентів психіки об'єктів впливу, внаслідок чого рівновага між ними порушується і реципієнти починають переживати стан когнітивного дисонансу. Після цього об'єкти впливу спонукають відновити рівновагу за рахунок зміни своїх колишніх, звичних для них поглядів, переконань, а зрештою, і стереотипів поведінки.

Кожна інформаційна мета має чітко визначені цілі: політичні, економічні, суспільні, етнічні, психологічні тощо. Варто пам'ятати і про когнітивну мету. інформаційної війни.

Когнітивна система пізнання людини формується внаслідок становлення характеру, виховання, навчання і спостережень про навколишній світ. На основі цієї системи визначаються цілі та приймаються рішення про дії в тій чи іншій ситуації [Когнітивна війна, 2021]. Когнітивна мета російської пропаганди полягає в тому, щоб створити семантичну залежність психіки жителів окупованих територій від її впливів, а отже, призвести до зміни їхньої соціальної поведінки.

Перший етап цього впливу — обмеження нормального спілкування і доступу до будь-якої інформації, тобто “депривація”. Внаслідок цього настає психічний стан, коли людина не може упродовж тривалого часу задовольнити основні психічні потреби. Обставини російсько-української війни різко знижують економічні можливості людей, руйнують їхні життєві плани. Депривація призводить до пригнічення пізнавальної діяльності людини, викликає неврівноваженість і нервовість. Відповідно, виникнення такого негативно-інформаційного тиску змушує людей шукати та альтернативну (деструктивну) інформацію, яка (на думку російських пропагандистів) є актуальною та корисною. На окупованих територіях українці змушені слухати таку інформацію, незважаючи на те, що такий процес пригнічує та викликає недовіру. Мета такого примусового впливу — створити інший контекст почуттів, фальшивих емоцій, які призведуть до відповідних дій. А кінцевою метою інформаційного впливу є зміна поведінки. Якщо людина і продовжує сповідувати якусь свою власну ідеологію або віру, але при цьому робить вчинок відповідно до завдань ворожої інформаційної операції — це вже ефективна інформаційна операція [Когнітивна війна, 2021].

В інформаційному спектрі вразливостей власне когнітивний сегмент є сьогоднішньою “передовою” в проксі-війні з Росією.

1.3. Комунікація як зброя

Якщо війна – це відкрите збройне протистояння, то інформаційна війна в Україні з боку Росії – це латентне нанесення словесного удару, адже не кожен реципієнт може зрозуміти, що на нього намагаються вплинути за допомогою пропаганди. Явище інформаційної війни спрямоване на те, щоб систематично і повністю впливати, а, відповідно, і змінювати людську свідомість. Адже інформаційна війна – це війна слів, зображень, трактувань, контекстів, це – медійне протистояння, яке змінює думки, дезорієнтує людей, відтак, переформатовує їхній світогляд з певною корисливою політичною метою [Семен, 2018: 15].

Публічний дискурс російських політиків, який супроводжував агресивний зовнішньополітичний курс Російської Федерації, починаючи з 2014 року, був спрямований проти України та Заходу. Він став ключовим елементом інформаційної війни демократичних країн.

Дослідник явища інформаційної агресії РФ проти України П. Померанцев застосовує термін “інформаційна зброя”, тобто використання інформації у ЗМІ як зброї [Pomerantsev, Weiss, 2014: 14].

Вважаємо, що використання інформації як зброї в ЗМІ проти України спричинена такими джерелами загроз: 1) розвинені й удосконалені техніки маніпулювання свідомістю людини, впливу на її психічну діяльність; 2) концентрація мас-медіа в руках невеликої групи власників, насамперед іноземних, наслідком цього є маніпуляції громадською думкою стосовно суспільно важливих подій; руйнування моральних засад суспільства через нав’язування йому чужих цінностей; 3) складне економічне становище масмедіа, які формують вигідну громадську думку в інтересах тих кіл, які погодилися фінансово підтримувати ці медіа; 4) тиск на журналістів політичними, економічними, адміністративними методами, переслідування журналістів у судовому порядку, насилля й фізичне знищення [Карпчук, 2018:43].

1.3.1. Мова ворожнечі як запорука комунікативного впливу

Комунікація, ґрунтована на дискримінації та упередженості, як засіб маніпуляції свідомістю та поведінкою аудиторій увійшла в життя українського суспільства з початком російської агресії в Криму та Донбасі. Російські ЗМІ агресивно використовують різні технології впливу, зокрема мілітаристську пропаганду, створення симулякрів, викривлення інформації і так звану “мову ненависті” як компонент інформаційної війни [Прищеп, 2017: 99].

Мова ворожнечі – це будь-який спосіб комунікації, агресивної, принизливої чи дискримінаційної за змістом та формою щодо особи чи групи на основі того, ким вони є. Дискримінація може здійснюватися за ознакою етнічної, релігійної належності чи національності, раси, кольору шкіри, походження, статі, стану здоров’я, сексуальній орієнтації, гендерної ідентичності чи за іншими ознаками [Що таке мова ворожнечі та як з нею боротися, 2021].

Пі мовою ворожнечі розуміють будь-які вислови, контекст чи зображення, що призводить до створення або ж поглиблення вже існуючої ворожнечі між відмінними за певними ознаками групами суспільства [Мова ворожнечі у ЗМІ: якою вона буває та до чого призводить (інфографіка) (2016)]. Вона є своєрідним інструментом інформаційно-психологічного впливу ведення “гібридної війни”, що формує певні соціальні установки, спрямована на дискредитацію ідеалів учасника протилежного боку конфлікту [Захарченко, 2019: 257].

Варто зазначити, що ключовим елементом мови ворожнечі є вжиток дискримінаційних висловів щодо ідентичності тієї чи іншої людини чи групи, до якої вона належить, або підбурює інших до дискримінації цієї людини або її групи.

Мова, як компонент інформаційної війни, теж зазнає змін. Її перекручують, нею маніпулюють, її змінюють. Для мови тоталітарного середовища типовими є кліше, що блокують мислення. Складні проблеми людського існування стискають в короткі, мало-змістовні категоричні фрази, які легко запам’ятати і легко відтворити. Вони стають початком і кінцем будь-якого ідеологічного

аналізу [Лифтон,, 2005: 286]. У такому вигляді – вони ефективні інструменти маніпуляції (розрядка моя).

Тоталітарна мова (а до неї ми відносимо і мову ворожнечі) – зосереджена на жаргоні, абстрактному, категоричному, безжалісному в плані осудження і, для будь-кого, крім найбільш відданого її захисника, є смертельно нудна (тупа і неповоротка). З приводу маніпулювання чи підтасовки (у сфері мови) користувачі не відчують жодних докорів сумління, а єдиний аргумент, який беруть до уваги – це її корисність для справи. Така підтасовка, як і решта аспектів тоталітаризму, спочатку може забезпечити відчуття інсайту (проникнення в сутність) і безпеки, за яким настає тривога. Ця тривога може призвести до етапу жорсткої ортодоксальності, коли індивід вигукує ідеологічний жаргон (мовні кліше, сталі фрази) голосніше і голосніше для того, щоб продемонструвати свій конформізм, прихвати власну дилему, відчай і захистити себе від страху і провини, які він відчував би, коли б він спробував використати слова і фрази, відмінні від правильних (ідеологічно правильних) (розрядка моя) [Лифтон, 2005: 286-287].

Для мови ворожнечі типовим є емоційний акцент, який сприяє зомбуванню і викликає швидку емоційну реакцію, допомагає оминати фільтри свідомості і досягти рівня підсвідомості. Російські ЗМІ прагнуть збурити довкола себе якомога більше емоційних реакцій читачів і глядачів, використовуючи гасла, які не мають жодного зв'язку з реальністю. В епоху постправди, в якій об'єктивні факти менш важливі у формуванні громадської думки, ніж звернення до емоцій і особистих переконань, мова ненависті стає інструментом конфліктів, а тим паче, упродовж повномасштабної війни [Саноцька, 2017: 110].

Російській агресії проти України передувала і супроводжує мова ненависті, яка потребує відмови від мислення, аналізу, будь-яких спроб зорієнтуватися та розібратися в ситуації. Вона апелює до найгірших інстинктів та емоцій, перетворюючи людину на зомбі, спраглої ненависті і нищення всього українського. Підґрунтям для появи і поширення мови ворожнечі виступають соціальні-політичні стереотипи й упередження, внаслідок чого

формується стереотипне сприйняття опонентів і конструюються моделі соціальної нерівності.

Мова ворожнечі, якою послуговуються російські ЗМІ, має конкретні вектори вербальної агресії, серед яких: прихильники Євромайдану, українці, татари, члени і прихильники Меджлісу. Традиційними прикладами застосування мови ворожнечі в умовах інформаційної війни є використання таких лексем-асоціацій з боку РФ проти України. Порівняймо:

- українці: *бандерівці, бандерлоги, бойовики, брати наші менші, “вовки в овечій шкурі”, сільські нацисти, галицькі нацисти, западенці, карателі, київські терористи, укрогромадане, укропанство, маріонетки Заходу, нацистська хунта, нелюди, неонацисти, пособники Гітлера, рагулізатори, носії тризуба в головах, расисти, малороси, хохли, послідовники Шухевича, русофоби, ультрас, екстремісти;*

- кримські татари: *джихадісти, карателі, кримськотатарські радикали, радикальні ісламісти, русофоби, екстремісти;*

- прихильники Євромайдану: *євромайдауни, київський бродячий цирк, герої бандерівської праці, екстремісти-самозванці, антисеміти;*

- члени і прихильники Меджлісу кримськотатарського народу: *баламути, моджахеди, бандити, п'ята колона* [Бурмагин и др., 2018: 7].

Розпалювання ворожнечі до українців, кримських татар і мусульман в інформаційному просторі Криму і на Сході України безпосередньо веде до дестабілізації ситуації і створює основу для злочинів на ґрунті ненависті. Крім того, активне використання мови ворожнечі в ефірі телеканалів і на сайтах свідчить про пряму зацікавленість РФ в таких діях.

Науковці розрізняють певні типи мови ненависті, зокрема дослідники інституту масової інформації виокремили три рівні прояву мови ворожнечі: жорсткий рівень прояву (прямі заклики до насилля, дискримінації); середній рівень прояву мови ворожнечі (виправдування випадків насилля і дискримінації, звинувачення у негативному впливі на суспільство, твердження про її неповноцінність); м'який рівень (створення негативного іміджу певної групи

суспільства, ствердження про її моральні недоліки) [Мова ворожечі у ЗМІ: якою вона буває та до чого призводить, 2016].

Звичною практикою у ЗМІ Росії є заклики до нав'язування про-російської політики, політики насильства. У зв'язку зі спеціальною операцією, розпочатою Росією проти України, повномасштабною війною, заохочують прямі заклики до порушення кордонів суверенної країни, захоплення територій і нав'язування українцям політики Росії. Так, ведуча М. Симоньян заявила в ефірі російської програми “60 минут”:

Европа должна согласиться, что в отдельных областях Украины должны пройти референдумы, честные референдумы под наблюдением, где люди должны изъяснить свою волю и дальнейшая судьба этих людей будет зависеть от результатов референдумов. Прекратит поставки вооружений, инструкторов и прочего на Украину и запретит использовать территорию Европы для таковых. Дать гарантию того, что европейские страны, входящие в НАТО, не согласятся ни в какой перспективе на вступление Украины в НАТО. А те территории, которые мечтают о присоединении к России и все эти годы считают, что они живут под игом, у этих людей должен быть шанс перестать жить под этим игом и жить с теми, с кем они хотят (тобто з Росією, розрядка моя) [М. Симоньян о включении в состав России освобождённых территорий Украины, 24 июня 2022].

І в ефірі цієї ж програми було представлено результати соціологічного опитування щодо того, які території України мають стати частиною Росії. Згідно з оприлюдненими в студії результатами, 61% опитаних вважає, що це питання слід вирішувати, коли російські війська дійдуть до Києва та Львова. Ця статистика, відображає імперське бачення росіянами ситуації, Україна їх не цікавить, а тим паче, не цікавить думка українців.

Або розглянемо інший приклад, виступ російської пропагандистки М. Симоньян про спецоперацію в Україні в ефірі програми “Вечір з В. Соловьевим” від 24 березня 2022 року:

А мне было стыдно за Россию восемь лет (2014-2022 гг. розрядка моя), что мы ничего не делали (не воювали, не захватывали Украину, не убивали украинцев, военных и мирных жителей) (розрядка моя). Я понимала одним полукриком, что для того, чтобы что-то сделать, для этого нужно подготовиться (підготуватись до війни, розрядка моя). И экономически подготовиться к санкциям, потому что это неизбежно. И подготовиться с военной точки зрения, чтобы как меньше было жертв (звісно, жертв з їхнього боку, розрядка моя). И геополитически...Восьмой год пошел и ничего... (має на увазі, що не вдалося загарбати всю територію України і зробити з неї Бучу та Ірпінь, розрядка моя) [Симоньян, 24 марта 2022].

Російська пропагандистка прямо заявляє, що, ще вісім років тому, слід було захопити Україну і приєднати до Росії, а не чекати увесь цей час. У даному випадку російська ведуча виправдовує агресію Росії проти України, яка почалася в 2014 році.

Ще одним видом мови ворожнечі в російських засобах масової інформації є заклики до дискримінації українців, в тому числі у вигляді загальних гасел. ЗМІ Росії, коли йдеться про ЗСУ, використовують принизливий або образливий контекст. Мова ворожнечі яскраво виявляється у згадках про українських військових, яких у ЗМІ т. зв. "Л/ДНР" називають *карателями, нацистами, садистами*. Наприклад:

Украинские каратели за неделю убили троих ополченцев ДНР; НМ ДНР обвинила карателей "Азова" в разрушении дома на западе Донецка [Фейки та мова ворожнечі, 2019].

За результатами моніторингу експерти ІМІ склали навіть маленький словничок з назв, що використовують ці ЗМІ: українські військовослужбовці – *вэсэушники, каратели, садисты*; країна Україна – *американская подстилка, территория смерти*; український прапор – *жовто-блакитные бендеровские тряпки*; депутати Верховної Ради – *рукоблуды из Рады*; підконтрольні Україні території Луганської та Донецької областей (Слов'янськ,

Краматорськ) – *оккупированные Украиной территории ЛНР и ДНР*; закон про мову – *закон о тотальной украинизации* [Фейки та мова ворожнечі, 2019].

Типовими твердженнями російських ЗМІ є заяви про неповноцінність українців, їхніх зусиль щодо розбудови власної держави. Майже вся риторика в російських ЗМІ – антиукраїнська. Україна не подається як суб'єкт міжнародної політики, а навпаки, як об'єкт у міжнародних відносинах. Російський пропагандист Дугін закликає до знищення українців і цей заклик показують російські телеканали [Джердж, 2022]. Їхні головні тези такі: всі пострадянські країни не здатні самостійно вижити, і не можуть жити без допомоги РФ.

Власне в контексті війни, певні слова й вислови (*укроп, укри, хохли*), які від самого початку не були образливими й всередині певних соціальних груп можуть сприйматися як нейтральні, набувають ознак зневажливого змісту, ворожої риторики, спрямованої на приниження опонента, провокують цілеспрямовану емоційну реакцію та неприязнь. В цілому змінюються не лише значення слів, а принципи їхнього застосування [Прищепа, 2017: 106].

Мова ненависті, яка переповнює повідомлення російських ЗМІ та виступи політиків, теле- та радіоведучих, це – спроба зобразити Україну державою-невдахою, а українців – нацистами. Наприклад: *бандеровцы, независная, малороссы, свиномовные, укрофашисты, хохлы, Укропия, Хохлостан* та інші [Росія готувала людей до війни та геноциду українців протягом багатьох років, 2022].

Крім того, у публікаціях часто вживається теза про заперечення державного суверенітету України й української національної ідентичності. Такі тези закарбовують у свідомості аудиторії думку, що українці – це етнографічна група росіян, Україна – це штучне державне утворення, а українська мова – регіональний діалект. Також простежуються такі явища, як бандерофобія та українофобія, що виконують роль “страшилок” для читачів російськомовного контенту.

Такими твердженнями російські пропагандисти викликають негативні асоціації, які уподібнюють українців німецьким нацистам, які сіяли смерть в ході Другої світової війни. Таким чином, інформаційне повідомлення акцентує увагу на моральних недоліках

українців. Під державою-невдахою розуміють країну, що не відбулася. Неспроможній державі притаманні такі характеристики: втрата державою контролю над своєю територією; ерозія законних повноважень, щоб виконувати колективні рішення; неможливість надання суспільних послуг; неможливість взаємодії з іншими державами як повноправного члена міжнародного товариства тощо. Існують обґрунтовані причини такої неспроможності. Серед них: перехід від автократії й тиранії до демократії (вакуум влади); невдале управління та поширена корупція; внутрішні кризи; порушення суверенітету держави.

Російська пропаганда звинувачує українських патріотів у негативному впливі на суспільство та державу, та навіть у захопленні влади і, звісно, в територіальній експансії, загрозі для Росії. Поширеним наративом російської пропаганди є твердження про *українських нацистів*. Власне він став однією з підстав для повномасштабного вторгнення в Україну. Його доповнює заява про *необхідність денацифікації України* як запоруки домовленостей про мир. Мова російських ЗМІ переповнена українофобськими меседжами, на кшталт: *в Україні при владі нацисти; хунта; укр-хунта; Україна забула про перемогу над нацизмом; УПА – колаборанти Гітлера* тощо.

Традиційними у російських ЗМІ є твердження про історичні злочини УПА, яка боролася за незалежність України від СРСР та Німеччини. Про такий підхід свідчать цитати з російських джерел: *бандеровці воевали с советскими школьниками* [Сагдиев, 2022]; *боевики ОУН-УПА воевали в одном строю с гитлеровцами* [Рубцов, 2022]; *УПА прославилась во время войны своими зверствами* [ОУН-УПА: миф и реальность]; *каратели и убийцы, преступления ОУН-УПА, военные преступники, эсэсовские легионеры* [Рогожин, 2016].

З огляду на участь РФ в міжнародному збройному конфлікті з Україною, можна зробити висновок, що вищенаведені приклади розпалювання ненависті щодо українців із залученням державних ресурсів – один з інструментів ведення війни. Досліджено, що ненависть в ЗМІ РФ стосовно українців цілеспрямовано насаджується не тільки на території окупованого Криму і Сходу України, але

і на всій території РФ. Цю інформацію підтверджують дослідження, проведені російським аналітичним центром “Левада-Центр” протягом останніх років. Соціологічні опитування, опубліковані цим центром, підтверджують, що з моменту початку збройного конфлікту ставлення росіян до українців значно погіршилось. Так, в грудні 2017 р. 29% опитаних росіян назвали Україну ворогом Росії. В жовтні 2012 р. цей показник дорівнював 0% [Враги России, 2018].

У російських новинних повідомленнях присутня ненормативна лексика, прямі образи, трапляються приклади дегуманізації (на кшталт, *это не люди, а животные*). У них лунають заклики до насильства, розподіл суспільства за принципом *свої-чужі*, звичними є вияви неповаги та зневажливе ставлення до інших груп чи культур. Переважно мова ворожнечі спрямована проти українців, кримських татар та американців.

З метою вплинути на переконання аудиторії російські ЗМІ застосовують маніпулятивну та приховану мову ворожнечі для того, щоб уникнути юридичної відповідальності, яка передбачена законодавством багатьох європейських країн.

Експертка-психолінгвістка Ю. Крилова-Грек стверджує, що журналісти російських медіа свідомо використовують методи та прийоми, які впливають на емоційно-чуттєву сферу людини та блокують зони раціонального мислення. Також медіа часто однобічно висвітлюють ситуацію та свідомо створюють негативну картинку. Традиційним є підміна поняття, коли слово *націоналісти* свідомо замінюють словом *нацисти* завдяки схожості фонетичного ладу.

Негативним прийомом є поляризація суспільства через розподілення громадян України за принципом *хороші (свої) – погані (чужі)*. До поганих ці російські медіа зараховують представників Західної України, патріотично, проукраїнських громадян, українськомовне населення, людей, які підтримували Революцію гідності [Росія готувала людей до війни та геноциду українців протягом багатьох років, 2022].

Так, за словами голови Центру прав людини ZMINA Тетяни Печончик, моніторинг мови ворожнечі в Криму протягом 2014–2017 років показав, що українці та кримські татари є основними групами, проти яких використовувалася мова ворожнечі

в інформаційному просторі окупованого півострова, причому $\frac{3}{4}$ всіх зафіксованих виявів мови ворожнечі були спрямовані саме проти українців. І ця спіраль ненависті розкручувалася багато років і призвела до нової хвилі агресивної війни проти України [Росія готувала людей до війни та геноциду українців протягом багатьох років, 2022].

Однією з основних цілей російських інформаційних атак з використанням мови ворожнечі, зокрема в Інтернет-просторі та соціальних мережах, є кримські татари. На відпрацювання цього напрямку налаштована низка проросійських, сепаратистських та російських інтернет ресурсів (зокрема, ua-reporter [Херсонщину захватывают крымские татары исламисты], Новоросс.info [Турецкие кураторы явились проверить «татаризацию» Херсонщины], политическое обозрение [Филиал ИГИЛ у Крымского пещерейка]).

Серед основних напрямів дифамаційних кампаній слід зазначити такі:

- нагнітання панічних настроїв навколо ідеї про *татаризацію Криму*;
- поширення негативних стереотипів щодо кримських татар;
- агресивна критика політики української держави щодо кримських татар на нинішньому етапі (зокрема щодо ідеї створення національно-територіальної автономії тощо);
- поширення недостовірної інформації, що *виправдовує депортацію 1944 р.*;
- поширення перебільшень та вигаданих фактів щодо *ісламізації* Херсонської області та України;
- дискредитація Меджлісу як представницького органу кримських татар [Суспільно-політ вимір протидії мові ворожнечі в Україні, 2016].

Мову ненависті поширюють не лише російські засоби масової інформації, але й високопосадовці, зокрема президент РФ В. Путін, Д. Песков, Прессекретар президента РФ, інші російські політики.

Свідченням мови ненависті може слугувати офіційний виступ президента В. Путіна [Обращение Президента РФ. 21 февраля 2022] (див. рисунок 1).

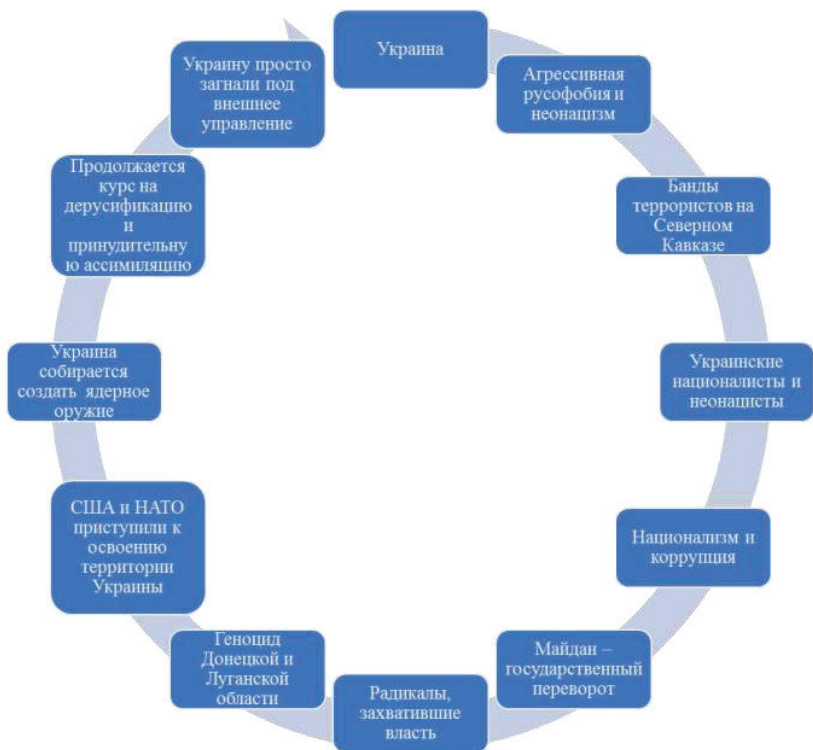


Рис. 1. Україна у риторичі Путіна

У своєму зверненні від 21 лютого 2022 року В. Путін окреслив бачення російською політичною елітою глобальної та регіональної політичної та військової ситуації, дав оцінку євроінтеграційним намірам України та підтвердив агресивну політику Росії не лише щодо України, але й Європи та США.

На думку незалежних спостерігачів, з розгортанням російської агресії відбулося безпрецедентне зростання кількості проявів мови ненависті в українському інформаційному просторі з боку російських та сепаратистських ЗМІ [Мова ворожнечі – нові прояви та наслідки]. І якщо на початку ці прояви були спрямовані на провокування розколу та ворожнечі між мешканцями різних регіонів

України, між сходом і заходом, то за останні роки відбулося зміщення акцентів на розпалювання конфліктів між українцями та представниками різних національних меншин.

Послідовними зусиллями російської та проросійської пропаганди була штучно створена проблема дискримінації російськомовного населення, страх перед ефемерною загрозою *бандерівщини*. Український інформаційний простір, без відповідного забезпечення російськомовним та англомовним контентом, виявився замкненим, не готовим донести українську позицію до світової спільноти [Магда, 2014:12].

Використання мови ворожнечі має на меті поширення в українському суспільстві ксенофобських настроїв з розрахунку на підготовку та виправдання вчинення злочинів проти особи чи групи осіб за етнічною, конфесійною, расовою чи іншою ознакою. У ширшому контексті постійне вживання мови ворожнечі нагнітає у суспільстві негативний психоемоційний стан, почуття ворожості, недовіри та нетерпимості, руйнує соціальні зв'язки між громадянами, що підриває суспільно-політичну стабільність [Суспільно-політичний вимір протидії мові ворожнечі, 2016].

Моніторинг інтернет-видань окупованих районів Донецької та Луганської областей України (ГО «Інститут масової інформації», 2017) констатував, що навіть в умовах збройного конфлікту 82% матеріалів українських інтернет-ЗМІ про самопроголошену владу ЛНР/ДНР є компліментарними, 18% є нейтральними, натомість критичних матеріалів немає взагалі [Аналіз інтернет-ЗМІ, 2017].

Моніторинг “Мова ворожнечі в друкованих ЗМІ Донбасу по обидві сторони лінії фронту” (ГО «Донецький інститут інформації», 2017) охопив вісім видань по обидва боки лінії розмежування та констатував, що друковані ЗМІ, які знаходяться на території ОРДЛО, використовують мову ворожнечі значно частіше (26% у виданнях т. зв. ДНР та 2.13% у виданнях на підконтрольній території). Експерти, В. Сизов і О. Мацука, проаналізували зміст чотирьох видань, що розповсюджуються на непідконтрольній території: “Новороссия”, “Донецкое время”, “Голос республики”, “Донецкая республика”. Було опрацьовано 184 сторінки згаданих видань, із них 131 містила контент придатний для дослідження. За

результатами дослідження, виявлено, що загалом 34 з них містять публікації з ознаками мови ворожнечі, що становить майже 26%. Абсолютним лідером з використання мови з ознаками ворожнечі є видання “Новоросси́я”. На території Донецької області, яка знаходиться під контролем українського уряду, досліджено також чотири видання: “Донбасс”, “Приазовский рабочий”, “Донецкие новости” і “Знамя индустрии”. Загальна кількість проаналізованих сторінок – 228, з них без реклами – 141. Ознаки мови ворожнечі виявлені на трьох сторінках, що відповідає 2,13% [Друковані видання ОРДО на 26% складаються з мови ворожнечі, 2017].

Об’єктом моніторингу стали матеріали за березень-квітень 2017 року у 8 друкованих виданнях (по 4 з обох боків лінії розмежування), а також випуски новин за 3-й тиждень липня 2017 року на 4-х телеканалах (по два з обох боків лінії розмежування):

Такі низькі показники мови з ознаками ворожнечі з українського боку не можна узагальнювати і поширювати на всі українські медіа, тому що медіа на Донбасі – специфічні, оскільки там сильні місцеві фінансово-промислові групи, які мають певний погляд на вирішення конфлікту і впливають на медіа. По-друге, місцеві журналісти залучені у конфлікт і бачать ситуацію як вона є, потерпають від бойових дій. Це впливає на їхню позицію, і багато з них не можуть дозволити собі гучних заяв, які дозволяють собі центральні ЗМІ. Там ЗМІ працюють більш обережно і конфліктно-чутливо, – зазначив Віталій Сизов, аналітик ГО “Донецький інститут інформації”, під час презентації дослідження в Українському кризовому медіа-центрі.

Отже, мова ворожнечі є технологією, спрямованою на зміну ціннісних орієнтацій різних цільових аудиторій, на формування уявлень як про ворога, в даному випадку, про українців, так і про співгромадян, які потрапляють під категорії *інший, чужий і незрозумілий*.

1.4. Когнітивні засади маніпуляцій та інформаційних операцій

Когнітивний домен є фундаментальним елементом у інформаційному протиборстві. Від його захищеності та адекватності сучасним викликам у інформаційній та конвенційній війнах залежить рівень обороноздатності України, як і будь-якої держави.

Особливість інформаційної війни полягає в тому, що поряд із військовими діями застосовують технології створення паралельної реальності або псевдореальності (поєднання елементів справжньої та уявної дійсності), тобто невоєнні методи ведення війни. Агресор може здобути перемогу в інформаційному просторі за допомогою поширення відповідних символів, що формують у масовій свідомості бажану *картину дійсності* [Запорожець, 2017]. Невоєнні методи ведення інформаційної війни здатні нівелювати технологічну перевагу будь-якої армії, змістити акцент у процесі прийняття рішення з військової площини в етичну й моральну, змусити обирати між правом, мораллю; спроможні дискредитувати противника, незалежно від прийнятого рішення.

1.4.1. Картина світу.

Ментальна та вербальна картини світу

Інформаційна війна пов'язана з базовими поняттями, такими як картина світу, когнітивна система тощо. Картина світу – особлива конструкція, яку формують соціальні інститути – сім'я, школа, ЗМІ. Будь-яка нова інформація або вписується в існуючу картину світу, або відкидається реципієнтом.

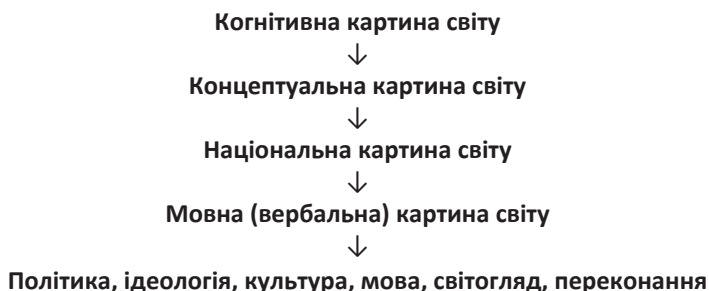
Система значень, або модель світу, – спосіб моделювання реальності відповідно до певної аксіології та набору вихідних настанов, робить суб'єкта спроможним утворювати осмислені висловлювання, тобто надавати оцінку та значення тим або іншим фактам, процесам та подіям, або виключати їх за межі дискурсивного простору як такі, що не мають значення. Навколо аксіологічного ядра утворюється відповідна сітка понять та категорій, які разом із правилами та нормами побудови висловлювань складають

специфічну мову – пристосовану до потреб суб'єктів політичного життя спеціалізовану систему значень. На основі систем означень, що надані природними мовами, людина створює індивідуалізовану систему означень, що формується на основі її власних інтересів, цілей і цінностей. Цивілізаційні угруповання споріднених держав або націй можуть створювати свої загальні моделі реальності [Фромм, 2010: 150-151; Парахонський, Яворська, 2019: 94].

Картина світу, як цілісна система уявлень людини про світ, інших людей, ґрунтується на глибинних елементах культури, закріплених в системі домінуючих у суспільстві цінностей, норм, звичаїв або традицій. З точки зору теорії соціального конструктивізму вона є ланкою між світом і людиною. Картина світу виступає кутком зору, через яку відбувається сприйняття реальності. Її формування та стійкість досягається за рахунок діяльності ЗМІ та інших суспільних інститутів [Евгенєва, Селезнева, 2013: 12].

Під картиною світу розуміємо впорядковану сукупність знань про дійсність, яка сформувалася в суспільній та індивідуальній свідомості. Власна культура кожного народу визначає когнітивну матрицю для розуміння світу, картину світу. Кожному народу притаманна його картина світу.

Картина світу охоплює низку категорій, серед яких слід згадати концептуальну, національну та мовну (вербальну) картину, світу (див. схему 1.4.1., подану нижче).



*Схема 1.4.1. Структура картини світу
з когнітивної точки зору*

Когнітивна картина. Принципово, слід розмежовувати когнітивну та мовну картину світу. Когнітивна картина світу є результатом когніції, пізнання дійсності і виступає у вигляді сукупності впорядкованих знань – концептосфери.

Когнітивна картина світу охоплює визначені культурою поняття і стереотипи про світ, які сприймає і розуміє наша свідомість. В свідомості носія мови вона є системною і впливає на сприйняття навколишньої дійсності, оскільки вона: 1) пропонує класифікацію елементів дійсності; 2) має прийоми аналізу дійсності; 3) пояснює причини явищ і подій, прогнозує їхній розвиток, передбачає наслідки таких подій; 4) впорядковує чуттєвий і раціональний досвід особистості для його збереження в свідомості, пам'яті [Попова, Стернин, 2002: 5].

Когнітивна картина світу притаманна кожному народу світу, тобто національна когнітивна картина світу є загальною, стійкою, оскільки повторюється в картинах світу окремих представників народу. Логічно припустити, що національна картина світу є, з одного боку, абстракцією, а з іншого – когнітивно-психологічною реальністю, яка виявляє себе в мисленнєвій, пізнавальній діяльності народу, в його поведінці – фізичній і вербальній. Національна картина світу виявляється в типових ситуаціях, у загальних уявленнях народу про дійсність, у висловлюваннях і загальних думках, у судженнях про дійсність тощо.

Концептуальна картина світу. Картина світу пов'язана зі структуруванням понять світу, його категоризацією У ході знайомства зі світом людина пізнає його, розрізняє та ототожнює об'єкти пізнання. Структура світу відображена у свідомості людини у вигляді певних категоризацій, ієрархічно розташованих концептуальних структур. Засвоєння нової інформації про світ здійснюється кожним індивідом на основі тієї, якою він володіє. Створена таким чином система інформації є концептуальною системою, набором певних уявлень людини про світ [Павиленис, 1983: 101].

Мова преси є ефективним засобом побудови у когнітивній системі реципієнта концептуальних конструкцій, моделей світу, що корелюють із моделями світу комунікатора. З одного боку, когнітивні концепти формуються в свідомості людини на рів-

ні індивідуальної взаємодії з предметним світом, тобто мають феноменологічну природу та утворюють феноменологічні знання (рівень аналізу). З іншого боку, вони виникають як результат осмислення цих феноменологічних знань, які дозволяють скласти уявлення про загальне облаштування світу (рівень синтезу) та доповнюють загальну картину знань [Колшанский, 1990: 29].

Основними складниками особистості реципієнта, за О. Л. Каменською, є концептуальна система, обсяг активного тезаурусу, мобільність мисленнєвого апарату, а також сукупність моделей свідомості індивіда, які визначають його уявлення про себе і про своє місце у світі [Каменская, 1990: 120]. Концептуальна система реципієнта, як і автора, утворює базис, з яким співвідноситься інформація, отримана з новинних повідомлень. Для сучасної аудиторії новинні повідомлення є своєрідними концептуальними лінзами, через які сприймається та пояснюється соціальна дійсність, зокрема і російсько-українська війна.

Когнітивна картина світу існує у вигляді концептів, що утворюють концептосферу народу. В основі когнітивної картини світу лежить концептуалізація людиною себе і світу в ході когнітивної діяльності, тобто сформовані у свідомості людини концепти. Концепти різних типів (образи, уявлення, поняття) та їхні об'єднання (гешталти, схеми, пропозиції, фрейми) народжуються в ході сприйняття світу, вони утворюються в актах пізнання, відображають і узагальнюють людський досвід і осмислену дійсність. Ці концепти вміщують типові уявлення про особливості самої людини і навколишнього світу. Концепти як частина ментального простору, понятійної сфери, відбивають не наукову картину світу, а наївні уявлення людини про світ.

Людина пізнає світ через канали чуттєвого сприйняття, володіє певною інформацією про нього, розрізняє й ототожнює об'єкти пізнання. Утворена таким чином інформація про світ є концептуальною системою, яка охоплює низку концептів, що формують картину світу носія мови, росіянина або українця.

ККС (концептуальна картина світу) – внутрішній лексикон – склад певних концептів, своєрідний пристрій, що фіксує досвід людини. У внутрішньому лексиконі окремий концепт або група

концептів уже отримали мовне оформлення у вигляді знаків, слів чи їхніх еквівалентів у формі аналітичної дискрипції.

Основу пізнання світу складає алгоритм: світ → мислення → мова → світ. Мова відбиває єдину природу світу в концептуальному апараті людини, універсальній поняттєвій системі, яка корелює з реальним світом на основі принципу відображення [Колшанский, 1990: 61]. У процесі комунікації мовні вирази кодують концепт, який пов'язаний з певною концептуальною системою, він є народжений і визначений нею [Павиленис, 1983: 117]. Будь-яка нова інформація стає частиною концептуальної системи за умов дотримання послідовності її утворення в даній концептуальній системі. Поділяємо думку з Р.Й. Павільонісом, що результатом процесу пізнання є утворення концептів.

Під концептом ми розуміємо ментальну категорію, яка представляє клас або групу об'єктів, подій із спільними характеристиками. Концепт функціонує всередині сформованої концептуальної схеми у режимі доповнення-пояснення, оскільки пояснює частину досвіду людини і доповнює існуючу систему концептів.

Фундаментальний принцип інтерпретації світу потребує послідовності введення концептів, а наявні в системі концепти є основою для формування нових [Павиленис, 1983: 106]. Крім цього, концептуальна система безперервно розвивається. Кожен концепт складається з інших концептів, які є його семантичними аналізаторами. Концепт є не лише компонентом когнітивної та концептуальної системи індивіда, але й згустком культури, який існує в свідомості людини у вигляді слова чи словосполучення. Концепти дають нам змогу групувати об'єкти, які мають спільні характеристики, і належним чином реагувати на кожен концепт. Належність слова чи словосполучення до одного з концептів залежить від ступеня схожості з певним класом об'єктів. Чим більше ознак окремий предмет чи подія поділяє з іншими членами концепту, тим яскравішим показником він виступає. Встановлення тотожності сутностей на рівні класу або одного предмету формує поняття про так званий прототип – імовірний наочний образ класу або окрему сутність [Новоселова, 1986: 309].

Прототипом концепту є найвиразніший член категорії. Він є показником динамічної ситуації, зміни, а основний, базовий лексичний фонд задає класифікацію ситуацій, типів змін, типів подій, які можуть відбуватися з об'єктами [Кустова, 2000: 87]. Прототипова ситуація є необхідною умовою формування концепту, за якої відбуваються два протилежно спрямовані процеси. З одного боку, збільшується кількість нових об'єктів, які доповнюють концепт. З іншого боку, концепт змушений пристосовуватися до нових типів об'єктів, семантично узгоджуватися з їхніми ознаками, що приводить до помітного семантичного зрушення значення та формування нових, похідних значень.

Оскільки мова виконує функції кодування та маніпулювання концептами, то передача інформації відбувається через текст, у даному випадку новинний. З одного боку, концепти кодуються журналістами у текстах, а з іншого, ці ж тексти декодуються у певних концептуальних системах читачами. Виділення певної структури концептів серед інших ми розглядаємо як вибір осмисленого тексту, прийнятого для індивіда. Кожне новинне повідомлення має свій контекст. Адресат правильно зрозуміє повідомлення лише в тому випадку, якщо враховано контекст, у якому воно реалізується. Цей контекст і сам текст створюють орієнтаційну основу індивіда у світі, зокрема його вердиктне ставлення відношення до дійсності [Павиленис, 1983: 209]. Новинні повідомлення формують ставлення росіян до світу. Поряд з цим, вони виступають закодованими посланнями, що активізують певні концепти, підштовхують до рішень і дій.

При сприйнятті повідомлення в ЗМІ важливим моментом є пресуппозиція – деякий спільний для адресата і адресанта фонд знань, який формує спільний комунікативний тезаурус і забезпечує адекватне кодування та сприйняття інформації. Завдяки пресуппозиції читачі/слухачі новин, як носії індивідуальних концептуальних систем, орієнтуються в специфічних, прийнятих в російському суспільстві соціальних, культурних, естетичних та інших цінностях.

Метою інформаційної боротьби є забезпечення домінування національних інтересів в інформаційній сфері. Для реалізації цієї мети здійснюється комплекс завдань, а саме: досягнення

воєнно-політичної переваги та лідерства у міжнародних відносинах; проведення політики інформаційно-психологічної експансії в усіх сферах життя суспільства; створення необхідних умов для еволюційного переходу власної системи соціально-політичних відносин на новий високотехнологічний рівень розвитку; визначення пріоритетного вектора для трансформації структури інформаційного простору у відповідності із власними принципами формування інформаційної картини світу [Манойло, 2003]. Частиною загальної картини світу виступає інформаційна картина світу, яку формують ЗМІ. Інформаційна картина світу пов'язана з мовною картиною світу.

Мовна картина світу – сукупність зафіксованих в одиницях мови уявлень народу про дійсність на певному етапі його розвитку. Мовна картина світу існує у вигляді значень мовних знаків, що утворюють сукупний семантичний простір мови. Мовна картина лише фіксує зміни, що відбуваються в концептуальній картині світу як кожного індивіда, так і всіх його носіїв [Худолій, 2006 : 89-90]. Мовна картина світу, яка увібрала в себе досвідно-практичні та культурні стереотипи, наповнена емоціями.

Новинні повідомлення заздалегідь орієнтовані на конкретну аудиторію, тобто вони формуються таким чином, щоб емоційно вплинути на читача. Вони передбачають когнітивний резонанс. Журналісти, політики, обирають такі засоби емоційного впливу, які викличуть передбачуваний ними відгук (хвилювання, сумнів, невпевненість у своїй думці) в свідомості читача/слухача. Така налаштованість новинного повідомлення передбачає зміну системи поглядів реципієнта та налаштовує його на сприйняття авторської концепції цінностей та відповідних настанов. Суттєвим методом впливу на свідомість читачів через новинні повідомлення є використання в них клішованих виразів, на кшталт, *спеціальна операція, українські нацисти* тощо. Їхнє використання дозволяє не лише проникнути у свідомість реципієнтів, але й перебудувати її згідно із задумом відправника повідомлення.

Сталі вирази, якими насичений медійний простір РФ, не лише формують мовну картину світу росіян, але й викликають цілу палітру асоціацій, які спрямовують мислення аудиторії у визначеному

напрямі. Асоціації, які є психологічною основою новинних повідомлень, викликають емоційні наслідки. Асоціації пов'язують та оцінюють уявлення, які знаходять відображення в мовній картині світу російського суспільства. Власне вони визначають напрямок формування свідомості росіян. Клішовані словосполучення є гнучким інструментом лінгвокреативного мислення, оскільки сформовані асоціації не обмежені реальною просторовими параметрами.

Емотивно-забарвлені словосполучення вже на рівні задуму спрямовані на те, щоб за рахунок образного забарвлення, створеного стереотипом, викликати емотивне відношення, що має форму модальності. Оцінні концепти, які лежать в основі оцінок у таких виразах, відображаються в ціннісній картині світу. Внутрішня форма, яка співвідносить нове значення з екстенсіоналом такого словосполучення, зрозуміла для сприйняття, оскільки вона збуджує звичні для даного мовного колективу асоціативно-образні уявлення. Використання сталих виразів, емоційно заряджених на формування образу ворога, оцінних за семантикою, асоціативно пов'язаних із історичними подіями, сприяє ефективному веденню інформаційної війни.

Окрім когнітивної та вербальної, розрізняємо політичну картину світу. До структури політичної картини світу відносимо уявлення про політику і владу, настанови, стереотипи, політичні цінності, образ країни, ідентичність тощо. Близькою до концепції світу є теорія соціальних уявлень французького психолога С. Московічі, який трактує світ уявлень як вид реальності з яким індивід зустрічається у повсякденному житті [Moscovici, 1998: 215].

Мета інформаційної війни – кардинально змінити картину світу суспільства країни-жертви агресії, і, що важливо, змінити її у визначеному агресором напрямі. При цьому, під суспільством країни-жертви слід розуміти як окремих осіб (чи групу осіб), що приймають рішення на різному рівні, так і окремі групи людей або масову свідомість народу загалом [Сенченко, 2014: 5].

Інформаційна війна призводить до зіткнення двох моделей світу – старої та нової, з яких одна, нав'язана супротивником, поступово починає домінувати над іншою. Тому в такому протиставленні передусім слід бачити війну когнітивну, оскільки вона чинить

вплив на процеси ухвалення рішень людиною, її структуру міркувань. Не лише інформація, а й операції з нею лежать в основі введення нових типів поведінки, що є кінцевою метою інформаційно-психологічної війни.

У сучасних умовах повномасштабної війни, напевно, доцільніше говорити про війну не стільки інформації, скільки понять та смислів. Інформаційна війна набуває ознак консцієнтальності й дифузності, тобто реципієнти реагують не просто на факти, а на актуалізацію певних фрагментів концептуальних картин світу [Прищепа, 2017: 101]. *Мова ненависті*, як технологія ведення гібридної війни та така собі м'яка сила, спрямована власне на заміну базових фрагментів національних картин світу представників громадськості на концептуальні структури країни-агресора.

Аналізуючи феномен інформаційної війни та картини світу, доцільно звернути увагу на картину світу росіян.

Картина світу російських політиків. Концептосфера (концептуальна картина світу), вербалізуючись за сприяння російського ТБ та ЗМІ, трансформується в мовну картину світу, яка значним чином пояснює мислення та поведінку росіян, як на ТБ шоу, так і на передовій.

Аналіз промов В. Путіна дає змогу виявити особливості світобачення росіян, зафіксувати їхні знання та колективний досвід упродовж періоду правління президента Путіна.

Картина світу росіян – це віддзеркалення світу крізь призму їхніх цінностей, історії, розвитку їхньої культури, традицій тощо. Світ росіян – це і географічний простір, який охоплює межі їхньої країни, природа, історія, культура тощо. Їхня картина світу (КС) – позначення будь-якої позамовної інформації, отриманої з мовних фактів, відповідно до якої, російська мова репрезентує систему знань російського народу про себе та довколишній світ і водночас є інструментом пізнання.

Картина світу росіян, як і російських політиків, охоплює концепти – уявлення, образи, поняття. Концепти картини світу росіян вміщують відомості про те, що вони знають, припускають, думають про об'єкти світу. Концепт – не лише ідеальний об'єкт, образ, оперативна змістовна одиниця ментального лексикону, пам'яті

народу, в якій втілилися певні культурно зумовлені уявлення носія мови про світ, але й фрагмент інформації, який активується за допомогою мовних знаків (від морфеми до тексту) або ж групами знаків.

Картина світу росіян охоплює низку доменів – історію, територію, місця як частини території, події, історичних осіб тощо. Домен – це сфера знань в термінах когнітивної лінгвістики (див. рис. 1.4.1.).



Рис. 1.4.1. Картина світу росіян

До домену історії росіяни відносять Крим, перегляд історичних засад передачі АРК; історію СРСР, історичні періоди в житті РФ тощо. Територія є чутливим питанням для росіян з їхніми імперськими амбіціями, оскільки вони вважають колишню територію СРСР територією Росії. У промовах Путіна трапляються згадки про Грузію 2008 р.; Крим 2014 р.; Луганськ, Донецьк 2014 р. тощо. З точки зору історичних подій, то Путін неодноразово згадує події II Світової війни (Великої Вітчизняної війни 1941-1945 рр.); розпад СРСР 1991 р.; інтерпретацію незалежності України та її історії; протистояння Росії та Західного світу. Щодо місць, то це і Київська

Русь; Київ; Крим тощо. Серед історичних осіб трапляються відступи про князя Володимира; Сталіна та інших.

На жаль, російські політики послуговуються викривленою картиною світу. Для цього достатньо перечитати промови, виголошені російськими політиками, в яких Крим – російський, а не татарський, і не український. Вони вважають нормою захоплення територій: Грузії в 2008 р.; Криму у 2014 р.; Луганська та Донецька в квітні 2014 р.; повномасштабну агресію 2022 р. проти України. Своєрідно, на свій манер, Путін трактує події, перекручує та оманливо тлумачить II Світову; розпад Радянського Союзу; появу та проголошення незалежності України; конфронтацію Росії та країн Західного світу. Зокрема, Путін наголошує на тому, що РФ – центр світового православ'я.

Ідеологічними засадами картини світу росіян слугують концепції *Русского мира* та *Богообраності Росії*. Ідейним підґрунтям доктрини *Русского мира* є реваншизм РФ за розпад СРСР шляхом культурної, економічної та політичної реставрації Росії в кордонах СРСР до 1991 р. та відновлення колишньої «зони впливу в межах радянського табору» країн Європи і Азії. Згідно з цією доктриною, *русскими* вважаються 3 категорії: етнічні росіяни, незалежно від того, де вони проживають; російськомовне населення, незалежно від національності; співвітчизники, які коли-небудь проживали на території Російської імперії, СРСР та інших державних утворень, їхні нащадки.

Поширення ідей *Русского мира*, завуальовано містить і Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Російській Федерації на 2017-2030 рр., в якій зазначено, що для формування інформаційного простору знань необхідно: створити умови для популяризації російської культури і науки за кордоном, в тому числі для протидії спробам спотворення і фальсифікації історичних та інших фактів; встановити стійкі культурні та освітні зв'язки із співвітчизниками, які проживають за кордоном, іноземними громадянами і особами без громадянства, які є носіями російської мови, в тому числі на основі інформаційних і комунікаційних технологій [О Стратегии развития информ. общества в РФ на 2017-2030, 2017].

Незважаючи на радикальну вестернізацію державного устрою Російської імперії, в російському суспільстві культивувався міф про

її Богообраність і особливий, альтернативний до Заходу шлях Росії. Розпочатий Петром I процес вестернізації Росії, тобто поглинання західноєвропейською цивілізацією останнього осередку східноєвропейської, не знищив претензій Російської імперії на особливий історичний шлях, світове панування та Богообраність. Цей міф був підсилений упродовж правління В. Путіна, який використовував Російську православну церкву як ефективний інструмент російської пропаганди в Україні.

Не маючи достатньої історичної аргументації та практичної необхідності війни з усім світом, кремлівські ідеологи повертаються до міфів про сакральність і буквально Богообраність Росії. А причини успішності вибудовування паралельної реальності слід шукати в абсолютно викривленому уявленні про добро і зло. Те, що для класичних консерваторів визначається як цінність (суверенітет, повага до кордонів, верховенство права, безпека сім'ї), в Росії трактується як слабкість і приноситься в жертву амбітним планам кремлівського тирана [Чорна, 2022].

Промови Путіна допомогли нам виявити ключові поняття, які складають картину світу росіян про Україну (див. рис. 1.4.2).

Україна асоціюється з суцільним негативом у російських політиків. Про це свідчать фрази, на кшталт: *агресивна русофобія і неонацизм; українські націоналісти і неонацисти; Майдан – державний переворот; владу в Україні захопили радикали; геноцид Донецької і Луганської області; США і НАТО розпочали захоплення території України; Україна збирається створити ядерну зброю; в Україні триває курс на дерусифікацію і примусову асиміляцію російськомовних; Україну загнали під зовнішнє керування* [Обращение Президента РФ 21 февраля 2022].

Отже, картина світу народу формується у ході його розвитку, проте суспільні інститути та ЗМІ відіграють ключову роль у її формуванні. У демократичному суспільстві картина світу формується під впливом культурного спадку та рівня розвитку демократичних інституцій. У Росії сформувалася викривлена картина світу, вигідна політичній еліті, зокрема президенту В. Путіну, який маніпулює свідомістю росіян задля досягнення своїх імперських амбіцій.

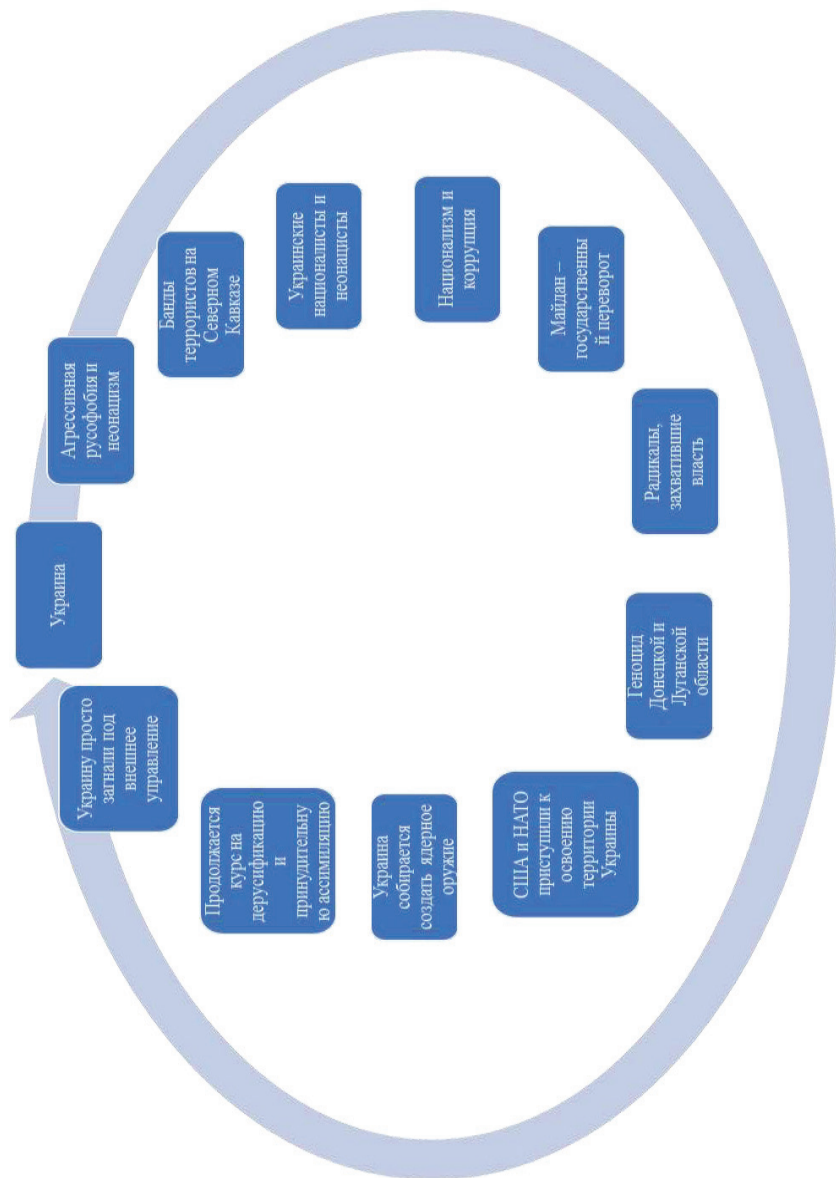


Рис. 1.4.2. Картина світу росіян про Україну 2022 року

1.4.2. Стереотипи у картині світу

Сприйняття інформації під впливом засобів масової комунікації пов'язане з формуванням і функціонуванням стереотипів. Засоби масової інформації підсилюють свій вплив на свідомість людей за допомогою стереотипів. Сьогоднішнє суспільство, як суспільство натовпу, зазнає впливу стандартизації культурних зразків. Йому нав'язують спрощені прототиби, які пропонують наслідувати. Це – суспільство стереотипів і тиражування, панівної сугестивності іміджів, віртуальних образів і символів, суспільство панування електронних ЗМІ і вдосконалених друкованих мас-медіа, що є передумовою, основою і об'єктом маніпуляцій.

Одним із перших дослідників стереотипів став В. Ліппман, який виокремив чотири аспекти стереотипів: 1) стереотипи завжди простіші, ніж реальність, оскільки найскладніші характеристики стереотипи описують двома – трьома реченнями; 2) люди переймають стереотипи (від знайомих, засобів масової інформації), а не формують їх самі на основі особистого досвіду; 3) всі стереотипи – хибні більшою або меншою мірою, оскільки вони приписують конкретній людині риси, які їй притаманні лише через те, що вона належить до певної групи; 4) стереотипи – дуже живучі. Навіть у тих випадках, коли люди переконуються тому, що стереотип не відповідає дійсності, вони схильні не відмовлятися від нього, але стверджувати, що виняток лише підтверджує правило [Lippmann, 1922:72].

Стереотип є однозначним і категоричним, оскільки він поділяє світ на дві полярності – знайоме і незнайоме, звичне і незвичне, чуже і своє. Знайоме традиційно сприймається як хороше, позитивне, і навпаки, незнайоме – як погане і негативне, а отже, – вороже. Покладатися на стереотипи небезпечно, тому що вони, функціонально, мають інше призначення, іншими словами, у даному контексті вони не призначені бути мірилом, а виконують, передусім, пізнавальну та мотиваційну функції. З пізнавальної точки зору, стереотип подає інформацію у зручній і легкій формі. Водночас, слід мати на увазі, що така інформація – далека від істини, отже, здатна дезорієнтувати людину, увести її в оману. З мотиваційної

точки зору, стереотипи – теж не надійні, оскільки вони сформовані на загальних уявленнях, а не на фактах, отже, вони – хибні. Якщо людина приймає рішення на основі загальних уявлень, то вона ігнорує факти, а отже, знову ризикує. Проте стереотипи є ефективним інструментом і зброєю пропаганди, оскільки підштовхує до висновків, вигідних пропагандистам.

Попри негативний бік використання стереотипів, власне сама стереотипізація є необхідним і корисним інструментом соціального пізнання світу, що дає змогу швидко і надійно категоризувати, спрощувати соціальне оточення людини, робити його зрозумілим, а, отже, прогнозованим. Оцінна поляризація на користь своєї групи, що дає людині відчуття причетності і захищеності, – мотиваційна основа цього механізму. Недоліком такого підходу було хибне уявлення про те, що завдяки стереотипам люди чітко знають, як себе поводити в тому чи іншому випадку: що погано, а що добре, хто правий, а хто неправий. Однак стереотипи, на яких ґрунтуються їхні судження, можуть бути сформованими на помилкових передумовах або певних, не завжди обґрунтованих переконаннях [Худолій, 2009: 30].

Власне стереотипи значною мірою визначають моральні норми, світоглядні, політичні концепції, поведінку людей, їхні судження і ставлення до навколишнього світу. Завдяки стереотипам люди чітко знають, як себе поводити в тому чи іншому випадку, що погано, а що добре, хто правий, а хто неправий. Однак стереотипи, на яких ґрунтуються їхні судження, можуть бути сформованими на помилкових передумовах або певних, не завжди обґрунтованих умовах [Худолій, 2009: 32].

Стереотипи мають низку характеристик, серед яких слід зауважити такі:

1. Стереотип є завжди спеціально організованим і функціонує на основі якогось певного соціального замовлення. Він залежить від завдань соціалізації, а не від стихії почуттєвої природи сприйняття.

2. Стереотипи підтримують свідомо, за допомогою спеціально та історично запроваджуваних у повсякденну свідомість апріорних суджень, що пронизують усі сфери життя, включаючи політику

і, в кінцевому підсумку, набирають сили морального закону чи правила спільного життя, що мають історичне значення [Бутенко, 2006: 267].

Дослідниця В.В. Красних розглядає стереотип як певний сценарій ситуації і власного уявлення, тобто не тільки як канон, але як і еталон. В першому випадку, стереотип є імперативом поведінки, а в другому – виступає як стереотип-уявлення [Красных, 2003: 232]. На її думку, стереотип, з точки зору змісту, є певним фрагментом картини світу, що існує у свідомості, певним образом-уявленням, яке має низку специфічних властивостей. В. Красних стверджує, що стереотипи:

- зберігаються у свідомості у вигляді феноменологічних когнітивних структур;
- представлені розмитими, збірними образами;
- репрезентують певний культурний простір;
- завжди мають специфічно-національне забарвлення.

Водночас, стереотипи є корисними, оскільки одна з їхніх функцій – категоризація. Категоризація є одним з основних когнітивних процесів, які формують основу стереотипу та доповнюють процеси засвоєння індивідом вже сформованих стереотипів під час соціальної ідентифікації [Каламаж, 2004: 30]. З метою спростити сприйняття зовнішнього світу люди членують його на певні категорії – категоризують. Відносячи людей до певних соціальних груп, ми тим самим категоризуємо природний світ.

Категоризацію розглядають як фундаментальну складову для процесів сприйняття, мислення та діяльності. В переважній більшості випадків категоризація здійснюється автоматично і не потребує свідомої активності. Категоризація різних об'єктів допомагає людині діяти: категорія скорочує шлях визначення стратегії поведінки, спрощує процес визначення і прийняття рішення [Hamilton, 1986: 134].

Суспільно-політичні стереотипи відіграють важливу роль у російській пропаганді. Вони є головним чинником, що впливає на процес сприйняття змісту пропагандистських повідомлень. Пропаганда має завуальований характер, оскільки вона в багатьох випадках здійснюється без свідомої мети впливати на ситуацію

і ніби є своєрідним, *об'єктивним* інформуванням населення про події, що відбуваються у світі [Худолій, 2009:32]. У таких випадках цю цілеспрямовану пропаганду видають за необразливе бажання задовольнити пізнавальну потребу людей. Стереотипи нав'язують ЗМІ, які апелюють до емоцій аудиторії. Інтенсивність реакції залежатиме від інтенсивності емоційного впливу.

Стереотипи виконують й ідеологічну функцію: формують, підтримують і зберігають групову ідеологію, що пояснює та виправдовує поведінку групи.

Стереотипи активно використовують з метою маніпуляції свідомістю, оскільки вони є невід'ємними компонентами індивідуальної та масової свідомості. А уніфікація способів мислення і реагувань великих мас населення призводить до деіндивідуалізації, деперсоніфікації людей, перетворення їх у вразливих об'єктів маніпулювання.

Водночас необхідно зауважити, що жодна людина не може прожити без автоматизмів у сприйнятті та мисленні, оскільки обдумувати кожну ситуацію у неї не вистачить ні часу ні сил. Таким чином, стереотипи як необхідний людині інструмент сприйняття та мислення можуть бути виявлені та використані як мішені для маніпуляції. Маніпулятор може використовувати їх як фільтри, через які його жертви бачать дійсність, отже, ставити перед очима людини то один, то інший фільтр.

А. Назаретян, наголошуючи на стійкості стереотипів, водночас зазначає, що коли стереотипи попадають у поле дисонуючої інформації, вони схильні не руйнуватись, а змінювати валентність [Назаретян, 1986: 110-111], тобто зазнавати емоційної поляризації (розрядка моя), хороше перетворюється в погане і навпаки.

Стійкість стереотипів пояснюється тим, що інформація, що відповідає стереотипу, сприяє його зміцненню, а суперечлива – ігнорується реципієнтом [Новиков, 2013: 12-13]. Ключовим механізмом впливу стереотипів є феномен самовтілюваного пророцтва, яке ґрунтується на тому, що стереотипи змінюють поведінку тих, хто їх поділяє і, в свою чергу, діє на поведінку їхніх партнерів у комунікативній ситуації в бік відповідності стереотипу. Стереотипи легко засвоюються під час перегляду новин, ток шоу, публічних

виступів політиків, телепрограм тощо. В такі моменти засвоюються не лише хороші, алей негативні моделі мислення та поведінки. І що важливо – це те, що аудиторія приймає рішення і діє не на користь свого вибору, а під впливом нав'язаних стандартів і найгірше це те, що люди не усвідомлюють своїх рішень, хоча переконані, що це їхній особистісний вибір.

Телебачення сьогодні відіграє ключову роль у процесі впливу на свідомість та підсвідомість громадян. Збільшення сцен насильства на екранах телевізорів призводить до десенсибілізації (зниження чутливості), втрати співчуття, співпереживання. Ці наслідки ми спостерігаємо у російському суспільстві, коли навіть родичі українців в ході розмови про наслідки звірств російських військових заперечують факти. Українці надсилають своїм батькам або дітям у Росію фото з руїнами Ірпеня, Бучі, Бородянки, Маріуполя, Харкова, Сєвєродонецька, Кременчука, Часового Яру, Вінниці. А ті відповідають:

Я устала от негатива, не отправляй мне это; Это все фейк; Русский солдат никогда в ребенка не выстрелит!; Это не наши стреляют, зачем нашим-то стрелять? Если бы вы сразу сдались, не было бы всех этих бессмысленных жертв и разрушений; Мы вас освобождаем от нацистов. Сами потом спасибо скажете; по-другому никак нельзя, иначе вы напали бы на нас [Кригель, 2022]. На цьому зазвичай спілкування закінчується.

Внаслідок перегляду сцен насильств на телебаченні аудиторія звикає до самого факту існування насильства і сприймає його як звичний факт життя. Численні сцени насильств роблять людей нечутливими до страждань інших, притуплюють їхню чутливість. Власне в цьому і виявляється ефект десенсибілізації. Російська аудиторія настільки звикає до того, що українців убивають, катують, калічать, що власне сам цей факт перестає їх цікавити. Десенсибілізація в умовах Росії є прикладом свідомого формування російськими пропагандистами умовних рефлексів. Природні відчуття на фізичний біль – відчуття болі, страху і огиди, тому коли глядачі та слухачі, на початку, бачать чи чують повідомлення

про насильства, вони викликають реакцію страху і огиди через схожість з насильством в реальному житті. Протилежне явище спостерігаємо коли чуємо та бачимо насильство на телебаченні у зручній домашній атмосфері. У такій ситуації люди є розслабленими і почувається спокійними. І коли цей стан поєднується із зображеннями чи повідомленнями про насильство, то тоді насильство і дім асоціюються один з одним і саме насильство вже видається веселим, приємним і навіть розслаблюючим. Поступово глядачі та слухачі не відчують болі, страху та огиди, вони звикають до насильств, яке стає компонентом спокійного, звичного життя. Постійний вплив стимулу дає значний ефект [Новиков, Іваньков, 2013: 68].

Вияв десенсибілізації в даному випадку – це своєрідний спосіб зайняти місце у суспільстві і справити враження. Десенсибілізація виникає внаслідок споглядання чи сприйняття на слух повідомлень або сцен про насильство в мас медіа. З часом такі новинні повідомлення про війну в Україні призводять до того, що росіяни перестають на них звертати увагу, вони їх більше не хвилюють. Більше того, росіяни перестають сприймати такі повідомлення серйозно, про що свідчать їхні реакції на звертання родичів з України, блогерів, журналістів. Стереотипізація та звикання до насильства відображається у поведінці росіян.

Стереотипізація, крізь призму повномасштабної війни Росії в Україні має іще один негативний наслідок, – культивування жорстокості, яка формується під впливом пропаганди і агресивної інформаційної політики російських ЗМІ. Вона зумовлена тим фактом, що чим більше росіянин проводить перед телеекраном, тим більше його уявлення співпадатимуть з реальністю, представленою на телебаченні. Фахівці масової комунікації, Дж. Гербер та інші, вважали, що культивування – це частина тривалого динамічного процесу взаємодії послань і ситуацій. Точка зору глядача стикається з точкою зору засобів масової комунікації внаслідок чого картина світу глядача наближається до картини світу ЗМІ [Новиков, Іваньков, 2013: 69]. Російські ЗМІ вчать росіян і описують, яким є світ у дійсності (маніпулюючи їхньою свідомістю) (розрядка моя). У цьому випадку (теоретики вважають, що так насправді і відбувається в житті), оскільки телебачення формує у глядачі певне ставлення

до насильства у світі, особливо коли виклад супроводжують міфологемами, на кшталт, *нацисти, переворот* тощо.

Російські мас-медіа впроваджують у масову свідомість світоглядно орієнтовані оцінки явищ і фактів, диктують певні стандарти сприйняття реальності і, як генератор ідей, формують свій простір, нав'язуючи масовій свідомості *єдино правильне* (на їхню думку) рішення. Створені ЗМІ віртуальні символи конституюються, починають існувати самі по собі, набувають предметності. Досить згадати такі приклади, як *майдануті, бандерлоги, укропи, правосеки, хунта* тощо [Лисенко, 2006].

М. В. Бутиріна виокремлює тріаду понять *архетип – міф – стереотип* в текстах масової комунікації. Водночас, дослідниця визначає роль, яку кожен із зазначених вище компонентів виконує в масовому сприйнятті, зокрема: архетипи організовують його шляхом застосування дорефлексивного досвіду предків; міфи конкретизують у вигляді картини світу, яка відтворює певний світогляд; а стереотипи раціоналізують, надаючи конкретні формули оцінювання та поведінкових реакцій. Дослідниця наголошує, що звернення до архетипів зумовлено сьогодні психологічними засадами масово-комунікаційної діяльності, яка орієнтована на масову, а не на індивідуальну свідомість [Бутиріна, 2009].

Упродовж інформаційної війни з боку Росії щодо України, інтернет-ресурси “Правда.Ру” та “Российский диалог” поширили декілька пластів стереотипів про Україну. Серед них є такі:

1. Україна – це частина Росії, і вона не може існувати без Росії. Відтак, українці є регіональною групою росіян, які мають свій говір та певні територіальні особливості.

2. Української мови не існує. Чимало росіян вважають, що українська мова – це діалект, який утворився з російської, а саме оформлення самостійної української мови навіяне поляками або владою Австро-Угорщини.

3. Західна Україна – це осередок *бандерівців, укрофашистів*, а Львів – їхня столиця.

4. Майдан – вияв агресії проти Росії. Інтернет-ресурси повідомляли, що у Києві, на Майдані, за гроші стоять *бандерівці* та представники *Правого сектору*. Їхня мета – вбити якомога більше

росіян, а також організувати повстання проти російського народу.

5. Української культури не існує. Чимало росіян вважають, що, окрім вишиванок, народних пісень та кількох письменників, в українському культурному середовищі більше нічого немає. Усіма іншими культурними надбаннями Україна має завдячувати Радянському Союзу.

6. Крим – це Росія. Але ж Крим став частиною Росії лише у XVIII ст. У 1954 році Крим увійшов до складу України.

7. Українська армія вбиває мирне населення на сході України. Російські ЗМІ фальсифікують інформацію про Україну, аби постати перед аудиторією у вигідному для себе образі. Саме тому цей факт є однією з причин загострення конфлікту та його активної фази. Адже мешканці окупованих територій – дезорієнтовані, вони не можуть розібратись, хто друг, а хто ворог. Відтак, сьогодні спостерігаємо численну підтримку російської армії жителями сходу України. А у багатьох росіян, навіть тих, хто ніколи не був в Україні, сформувалось вороже ставлення до українців.

8. Етнічні росіяни знаходяться під загрозою в Україні. Саме тому вони просять, щоб Росія заступилась за них і втрутилась у суверенні справи України. Адже Росія своїх у біді не кидає.

9. Україна потерпає від кризи, тому сотні тисяч українців просять притулку в Росії. Пропагандисти активно поширюють інформацію про високу якість життя в Росії. Прикладом цього є численні публікації про святкування різноманітних подій в Росії, наприклад, щорічний парад в анексованому Криму. ЗМІ подавали інформацію про те, що, мовляв, Крим потрапив у надійні руки, а до того – був покинутий напризволяще.

10. На півдні та сході України відбуваються масові напади української армії на церкви та синагоги. Цій пропаганді сприяють виступи у мас-медіа тих, хто творить і впливає на громадську думку: зірки естради та кінематографу, бізнесмени, чиновники та інші [Еляшевська, 2015:165-166].

Російська пропаганда має на меті посилити свої моральні та матеріальні позиції, принижуючи українців.

Окрім вище згаданих стійких уявлень у свідомості росіян потужним є стереотип ворога, як зовнішнього, так і внутрішньо-

го. До зовнішніх ворогів зараховують США, Захід, Україну, країни, які запровадили проти Росії санкції тощо. Серед внутрішніх ворогів опинилися всі ті, хто не поділяє думку і політику кремля, критикує Путіна, засуджує війну, не боїться висловлювати свою думку, всупереч офіційній. Це – і колишня і сучасна опозиція, правозахисники (А. Політковська; Б. Немцов; Валерія Новодворська), колишні політики, російські генерали (Леонід Івашов), музиканти (Борис Гребенщиков), актори (Лія Ахеджакова), співаки (Макс Барских, Вера Брежнева), шоумени (Іван Ургант, Максим Галкін), бізнесмени (Михайло Ходорковський).

Спочатку російської повномасштабної агресії проти України, під заявою, опублікованою увечері 24 лютого 2022 року, стояли підписи самого Михайла Зигаря, журналіста та письменника, колишнього редактора “Дождя”, а також письменників Бориса Акуніна, Дмитра Бикова, Дмитра Глуховського, Володимира Сорокіна, драматурга Івана Виріпаєва, режисерів Володимира Мірзоева, Андрія Хржановського, Іллі Хржановського, журналістів Леоніда Парфьонова, Дмитра Муратова, видавниці Ірини Прохорової та акторки Чулпан Хаматової. Пізніше до них долучилися сотні відомих людей – російських письменників, режисерів, журналістів, акторів, продюсерів, критиків, сценаристів та інших культурних діячів [Сотні митців РФ підписали заяву, 2022].

25 лютого до листа долучилися багато інших діячів культури, зокрема режисери Любов Аркус, Олександр Зельдович, журналісти Андрій Лошак, Зоя Светова, Ірина Петровська, Олександр Мінкін, Ольга Бичкова, Аріна Бородіна, актори Анатолій Бєлий та Міріам Сехон, продюсери Олександр Чепарухін та Олексій Малобродський, композитори Сергій Невський та Ілля Демущкий, скрипалька Олена Ревич, філолог Тетяна Пігарєва, поети Лев Оборін, Андрій Орлов та інші.

Важливою ознакою діяльності російських ЗМІ є формування та підтримка сформованих стереотипів, які є обов’язковими елементами суспільно-політичного життя РФ та невід’ємними елементами повсякденної свідомості. Вони є складними утвореннями, що охоплюють як хибну, так і правдиву інформацію. Суспільно-політичні стереотипи є стандартом мислення росіян. Вони втілюють

моделі поведінки, впливають на політичні рішення мас і формують образи тих чи інших народів. Стереотипи і є тим містком, що з'єднує реальний та віртуальний світи.

1.4.3. Образи як компоненти картини світу

Образ ворога. Звернення до механізму діяльності людської уяви дає змогу виявити образи – своєрідні гешталти, відбитки реальності. Сприйняття образів у новинних повідомленнях реципієнтами проходить декілька стадій: первинне загальне охоплення цілісності, аналіз або синтез частин і властивостей зорового/слухового образу, порівняння – зіставлення окремих ознак з явищами дійсності, абстрагування – виділення окремих ознак, і, нарешті, узагальнене враження [Никитин, 1996: 309].

Образ є варіантом концепту. В образах фіксуються відомості про предмети, події, процеси. Образ може мати також програму дій, елементом якої є узагальнення, поняття. Редуковані, розмиті образи, що виникають на поверхні свідомості, є реакцією на вирази, які містять натяк на них у вигляді внутрішньої форми [Lakoff, 1999: 387]. На останній стадії формування образу сприйняття переходить в уявлення. Це якісно нова форма чуттєвого пізнання, яка найповніше відбиває об'єктивну реальність.

Образ формується з кількох компонентів, відбитків зорового/слухового прийняття та вербалізованих виразів. За допомогою клішованих виразів і створюється цілісний образ тієї чи іншої події, новинного повідомлення. Об'єкти суспільно-політичного життя зіставляються з об'єктами, знайомі нам з нашого досвіду, через освіту, культуру, історію тощо. У процесі накладання сфери політики і суспільного життя на базові когнітивні моделі у ментальній картині світу реципієнта, виявляються вузлові точки перехрещення. Відношення між об'єктами визначають структурування областей та перенос об'єктів із певними їхніми властивостями на описувану сферу [Лапина, 1988: 138].

Російські пропагандисти створюють і підсилюють політичні, культурні, національні образи і стереотипи і маскують їх за словами-символами. Серед базових стереотипів (ідеологічно

забарвлених) вирізняють такі: СВІЙ – ЧУЖИЙ; ДРУГ – ВОРОГ, ДОБРЕ – ПОГАНО.

У російському політичному дискурсі позиція *своє і чуже* є особливо гострою, оскільки імперські амбіції та агресивна зовнішня політика країни потребує зовнішніх і внутрішніх ворогів, тому відношення СВІЙ – ЧУЖИЙ фактично пронизує всі сфери її життя, будь-які між особові стосунки і на будь-якому рівні здійснюється за цією категорією. Семіотичний принцип розподілу світу на СВОЄ – ЧУЖЕ найяскравіше відображається в образі ворога.

Війна ведеться проти *чужих*, оскільки вони *інші*, а також для того, щоб консолідувати *своїх*, оскільки таким чином влада отримує більшу легітимність. Питання ідентичності стає настільки значущим для соціуму, що держава розв'язує війни, проводить активну асиміляцію і навіть здійснює злочини проти людяності шляхом створення умов для геноциду, голодоморів, масових репресій на підтримку своїх уявлень про порядок і власну ідентичність. Позиція світової спільноти та держави у сучасній війні мала би полягати, скоріше, у здійсненні ефективної політики ідентичності, ніж у дипломатичних іграх та військових операціях [Парахонський, Яворська, 2019: 161].

У Російській Федерації образ ворога формується з дитячого віку. У грудні 2021 року у Підмосков'ї протягом кількох днів проводилися змагання з військово-патріотичного виховання. Школярі змагалися у таких дисциплінах, як читання карт, стрільянина, та брали участь у вікторинах з історії. Змагання частково фінансувалися Кремлем. Святослав Омельченко, ветеран спецпідрозділу КДБ, засновник групи Вимпел, яка проводить захід, зазначив, що батьки та діти розуміють, що ця агресивна оболонка навколо нас стискається, твердіє. Протягом останніх восьми років російський уряд просував ідею про те, що Росія оточена ворогами, пропускаючи цю концепцію через національні інститути: школи, збройні сили, ЗМІ та православну церкву.

Влада активно продає ідею війни, – сказав Дмитро Муратов, редактор російської Нової газети, лауреат Нобелівської премії миру. Виступаючи перед російським військовим керівництвом, Путін наполягав, що Росія не бажає кровопролиття, але готова

відповісти військово-технічними заходами на те, що президент назвав агресивною поведінкою Заходу в східному регіоні Європи. Ідеї Путіна втілюються в програмах виховання російської молоді. Чотирирічна програма вартістю \$185 млн, започаткована Кремлем в 2021 році, спрямована на різке підвищення патріотичного виховання росіян, зокрема, планується залучення не менше 600 тис. дітей у віці 8 років до лав організації Юнармии [Бондаренко, 2021].

Стереотип ВОРОГА втілено у світобаченні росіян, які сприймають світ крізь призму понять *друзів* і *ворогів*. До *друзів* зараховують всі ті країни, що підтримують політику РФ незалежно від їхнього політичного режиму. А *ворогом* може стати будь-яка країна, що послідовно захищає свої національні інтереси (Україна). Намагаючись виправдати імперську ідеологію, РФ продовжує збільшувати кількість своїх ворогів в різних регіонах світу. Стереотип ВОРОГА супроводжує мова ненависті, яка стала лінгвістичним маркером інформаційної війни, в якій образ опонента позбавляється людських рис та наділяється абсолютно не властивою людині поведінкою, руйнуються способи ідентифікації особистості по відношенню до соціальної групи, які призводять до зміни самоідентифікації. Формується уявлення про моральну неповноцінність, кримінальність та негативний вплив на суспільство, формуються певні лінгвокультурні, когнітивно-прагматичні установки, спрямовані на очорнення культури та ідеалів учасника протилежного боку конфлікту [Прищепа, 2017: 106]. Для світобачення росіян типовим є образ ВОРОГА, як один із найстаріших образів та архетипів колективного несвідомого. З цим образом у масовій свідомості росіян асоціюються всі біди та нещастя, розпад звичного способу життя, суспільства в цілому.

Значна частина образів, які формують структуру радянського образу світу, – глибоко укорінені в масовій свідомості росіян як позитивні символи колишньої епохи. Мета формування і функціонування образу ВОРОГА полягає у приписуванні ворогам, до яких відносять Україну і українців, певних властивостей. Росіяни, під впливом агресивної, людоненависницької ідеології та пропаганди приписують українцям лише негативні характеристики, описують їх за допомогою звичних категорій в термінах ворогів, внаслідок

чого формується символічна модель культурного і соціального світу, в якому місця українцям немає. У відповідності з такою моделлю, росіяни не лише сприймають навколишній світ, але й діють у ньому.

Стереотип ВОРОГА, окрім зазначених вище, виконує компенсаторну функцію, оскільки він об'єднує групу, народ для вирішення будь-якої проблеми, внутрішньої чи зовнішньої.

Із образом ВОРОГА тісно пов'язаний образ ГЕРОЯ, який виконує функцію зняття дискомфорту стану, викликаного діями ворогів. Він виражає сподівання народу на чудо та переможе ворога. ГЕРОЯ часто асоціюють і з президентом країни. За останні двадцять років у РФ сформувався образ ГЕРОЯ, під яким, без сумніву, розуміють президента РФ, В. Путіна. Найвдалішими ситуаціями з точки зору максималізації любові російського народу до президента є кризові явища та події, оскільки вони змушують народ об'єднатися навколо свого лідера. Висловлену думку можна представити такою моделлю (див. схему 1.4.3.).

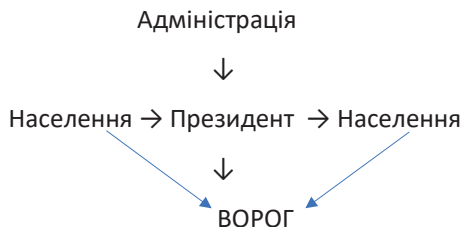


Схема 1.4.3. Структура кореляції президента у протистоянні з ворогом

Як зазначено вище, функціонування стереотипу ВОРОГА супроводжується вжитком мови ворожнечі, особливо ЛО (лексичних одиниць) із пейоративною конотацією, оскільки конфліктно-нейтральна лексика не привертає такої уваги й не викликає відповідних емоцій, які є необхідними для досягнення результатів тієї чи іншої маніпуляції. А власне негативна конотація у більшості випадків є тією рушійною силою, яку використовує комунікатор для стигматизації опонента, змішуючи засоби пропаганди та мови

ненависті, формуючи необхідні образи та розколюючи суспільство [Прищепа, 2017: 107]. Отже, мова *ненависті* як підсилюючий чинник стереотипу ВОРОГА, є технологією, спрямованою на зміну ціннісних установок різних цільових аудиторій, на формування уявлень як про ворога, так і про співгромадян, які потрапляють під категорії інший, чужий і незрозумілий. Мова *ненависті* є своєрідною м'якою силою ведення *гібридної війни*, що формує певні лінгвокультурні, когнітивно-прагматичні установки, спрямована на очорнення культури та ідеалів учасника протилежного боку конфлікту.

Соціологічне опитування, здійснене Левада-центром у 2017 році підтверджує тезу про те, що росіяни вважають, що Росія має ворогів. 66% заявили, що РФ має ворогів, 21% заявили, що Росія не має ворогів, а 13% не могли відповісти на дане питання [Враги России, 2018]. Ті, хто дав ствердну відповідь (66% опитаних), назвали серед ворогів: США (100%); Україну (43,9%); Європу/Захід (21,2%); колишні союзні республіки (Прибалтику, Грузію) (15,2%); Польщу/країни соціалістичного табору (12,2%); НАТО (9,1%). Слід зазначити, що респонденти самі називали ворогів без карток і називали їх декілька відразу. Подана статистика переконливо доводить, що росіяни, як пересічні, так і еліта, вороже сприймає регіональне, та геополітичне оточення країни, вбачаючи серед країн та союзів особистих ворогів Росії.

Загальноросійське опитування Левада-центру щодо військової операції в Україні, проведене в червні 2022 року виявило, що більшість респондентів хвилюють події в Україні, водночас, і підтримка ЗС Росії, які воюють в Україні, теж залишається високою. Підтримка серед молоді і серед москвичів – нижча, ніж в цілому по країні. За ситуацією в Україні уважно слідкують 55% респондентів: 24% відстежує ситуацію дуже уважно, 31% – досить уважно [Конфликт с Украиной, 2022]. Найменшу занепокоєність висловлюють молоді респонденти: 64% хвилює така ситуація, водночас, лише 20% опитаних дуже хвилюються з даного приводу, 44% швидше хвилює така ситуація, ніж не хвилює. Найбільше хвилювання типове для найстаршої вікової групи (55 років і вище).

Рівень підтримки дій російських збройних сил в Україні, у порівнянні з травнем 2022 року, практично не змінився. Так, 75% опитаних підтримують ЗС РФ (47% однозначно підтримує, 28% – скоріше підтримує, ніж не підтримує). 20% – не підтримує. Найбільшу підтримку висловили старші вікові групи респондентів, серед молоді *безумовна підтримка* спеціальної операції – значно нижча, частина тих, хто не підтримує складає більше третини опитаних [Конфликт с Украиной, 2022]. Згідно з опитуванням, дії російських ЗС в Україні підтримує 66% респондентів (що на 10 % менше, ніж по країні), не підтримує 21%, 13% не могли відповісти.

Близькими друзями Росії респонденти традиційно вважають Білорусь, Китай і Казахстан. Думки щодо Білорусі, як найбільш дружньої країни дотримується 72% опитаних. Друге місце традиційно займає Китай: половина респондентів вважають Китай дружньою країною по відношенню до Росії. На третьому місці – Казахстан. Його вважають дружнім до РФ 20% опитаних. Крім того, в першу десятку увійшли Індія, Вірменія, Азербайджан, Куба, Сирія і Венесуела. Дві останні попали в цей список вперше за час спостережень [Международные отношения, 2022].

Вороже налаштованими по відношенні до Росії вважають США, Великобританію і Польщу. Ставлення до країн Заходу продовжує погіршуватись.

Отже, стереотип ВОРОГА є вигідним інструментом маніпуляції суспільною думкою громадян. Стереотип ВОРОГА супроводжує мова ненависті, яка сприяє стійкості даного стереотипу. У РФ стереотип ВОРОГА доведено до абсурду, оскільки навіть дітей залучають до пропагандистських кампаній, які формують ненависть до України, США, країн Заходу.

1.4.4. Міфи у картині світу реципієнтів

Міф є важливою частиною нашого життя, соціального, політичного та культурного. Міфи є ефективним інструментом *конструювання реальності* і цю його властивість активно використовували і використовують авторитарні і тоталітарні режими. За визначенням А. Цуладзе, міф – це інформація, яку використовують для реалізації

політичних цілей: боротьби за владу, легітимізації влади, політичного панування [Цуладзе, 2003 :56].

Будь-який міф завжди спрощує реальність. Це одна з його важливих функцій – адаптовувати всю багатогранну та складну реальність для нашого, обмеженого пізнавальними можливостями, людського мозку.

Міф – це така інформація, що пояснює походження й подальше перетворення тих чи інших явищ винятково на основі вигаданих подій. Осмислення навколишньої дійсності за допомогою міфів ґрунтується не на наукових знаннях, а на вірі й переконаннях представників конкретної культури, етносу, соціальної групи. Основний принцип побудови сюжету традиційного міфу – поєднання відомих реалій життя з фантастичними вчинками героїв. Пропагандисти використовують соціальні міфи, як є спотворені уявлення про дійсність, з наміром сформувати потрібні соціальні реакції. Найцікавіше в соціальних міфах те, що значна частина суспільства сприймає їх як дійсний стан речей.

Міфи є універсальними інструментами впливу, оскільки можуть: одночасно впливати на інтелектуальну й емоційну сфери людської свідомості. Це змушує людей вірити в реальність змісту міфу; робити перебільшений опис часткового моменту ситуації ідеальною моделлю бажаної поведінки. Завдяки цій особливості зміст міфів впливає на поведінку людей; допомагає спиратися на конкретну традицію, існуючу в суспільстві. Нові міфи беруть свій початок із старих уявлень. Зміст інформаційно-пропагандистських матеріалів, створених відповідно до міфологічної системи, що існує в конкретній соціальній спільноті та діє на людей не ззовні, а ніби зсередини їхнього світогляду, що полегшує процес сприйняття змісту міфів. Незважаючи на широкі можливості для імпровізації, слід зважати на те, що міфи мають обмеження, оскільки володіють визначеними характеристиками [Дзюба, Жарков, 2006: 244].

Міф бере активну участь у соціалізації людей, формуванні їхнього світогляду, цінностей, картини світу. Таким чином, міф виступає не просто посередником між людиною і реальністю, він є механізмом керування, оскільки він керує людиною, впливає на її внутрішній світ, сферу свідомості та підсвідомості, програмує її. Як

багатофункціональний інструмент влади та пропаганди, міф створює особливу міфічну реальність, яку людина сприймає як істину, як об'єктивну реальність [Мамардашвили, 2000: 40]. В такому випадку конструювати нову міфологічну реальність можна за допомогою різних медійних засобів, преси, телебачення, інтернету, блогів тощо. Маємо на увазі, що фактично будь-яку подію можна вписати в той сюжет і ті події, про які в ньому розповідають, тобто будь-які події можна легко вписати в існуючу міфологічну картину, доповнюючи існуючі на той чи інший момент систему міфів.

Як інструмент політичної боротьби, міфи здійснюють суттєвий вплив на суспільство. За кожним політичним міфом приховані інтереси конкретних політиків або груп. Особливістю політичного міфу полягає в тому, що він завжди намагається стати реальністю. І звісно, що в цьому зацікавлені ті політики і групи політиків, які експлуатують той або інший міф. Найважливіша функція міфу – легітимізація владних інститутів і носіїв верховної влади в країні.

Міф є універсальною конструкцією, яку завжди можна наповнити конкретним змістом:

Міф виступає сценарієм, в якому відразу визначено ролі друзів і ворогів, головного героя. Міф є цілісною конструкцією, і в цьому його принципова вигода, оскільки значна кількість потрібних характеристик будуть виникати автоматично. У цьому випадку немає необхідності створювати цілі тексти, можна лише натякати, підказуючи суттєві характеристики, які підштовхують масову свідомість до того або іншого міфу [Почепцов, 2001:105-106].

В Росії телебачення є найбільш впливовим засобом масової інформації і воно безпосередньо задіяне в міфотворчості. Про це відверто заявляють російські науковці (див. Цуладзе, 2003; Кириллова, 2005). За допомогою ТБ створюють віртуальну міфологічну реальність, яку нав'язують мільйонам глядачів. Російське телебачення – це особлива сфера, яка володіє низкою позитивних якостей, які перетворюють її не лише в канал поширення міфів, але й фабрику їхнього виробництва [Цуладзе, 2003: 251]. Телевізійні “Новости” ґрунтуються на реальних подіях, проте це зовсім

не означає що вони є дзеркалом реальності, хоча глядацька аудиторія на це налаштована. Факти – лише привід, точка відліку для формування телевізійного міфу. При цьому міфологічне трактування реальних подій здійснюється телебаченням настільки правдоподібно, що глядач сприймає міф за реальність. Люди схильні вірити побаченому, оскільки візуальний канал сприйняття інтуїтивно видається найдостовірнішим [Кириллова, 2005: 130].

Механізми і прийоми міфологізації засобів масової комунікації і в СССР, і в Німеччині, і в Російській Федерації були одні і ті самі. Коротко їх можна представити так: ідеологізація дійсності; сакралізація вождів; героїзація подій і дій окремих історичних особистостей; апеляція до грубих інстинктів і психології мас; опора на жорстку владу і насильство; боротьба проти *спільного ворога*. Все це – технології промивання мізків [Лифтон, 2005].

Національна самосвідомість формується на основі міфів і нерозривно з нею пов'язана. Серед загальних міфів особливе місце відведено національним, які формуються упродовж історії того або іншого народу і на який впливають значні події в історію народу. Власне сама історія народу – це міф, створений ним про самого себе. Історичні події слугують будівельним матеріалом для міфології народу [Кириллова, 2005: 96]. Міфологія Росії ґрунтується на кількох ключових міфах, серед яких: міф про Велику Вітчизняну війну; міф про мирну країну, яку оточили вороги; правителя-месію тощо.

Міф № 1 про Велику Вітчизняну війну. Міфологією будь-якої держави є ідеологія. Саме вона за підтримки ЗМІ створює необхідні для держави політичні міфи, які є політичним інструментом влади, створює систему маніпулятивних засобів, що впливають на свідомість мас. На жаль, міфологія тоталітарної системи є агресивною і, як наслідок, намагається нав'язати *свою правду* всьому світу [Кириллова, 2005: 101].

Воєнна тематика – вигідна основа для пропаганди і маніпуляцій, оскільки глибинно пов'язана з переживаннями, емоціями людей, втратою близьких, стражданнями. Новинні повідомлення в російських ЗМІ, пов'язані з воєнною тематикою, ґрунтується на відвертій брехні, перекручуванні фактів, і мають пропагандистську мету.

У Росії щорічно святкують перемогу над нацистською Німеччиною саме у Великій Вітчизняній війні, а не у Другій світовій війні. Замість вшанування пам'яті 27 млн загиблих, Кремль застосовує наратив про Другу світову війну, стверджує, що Росії загрожують вороги, які прагнуть її знищення. У грудні 2021 року на державному телебаченні РФ в новинному шоу висміювали погрози санкціями проти Росії з боку тих, *хто не знає, як налякати народ, який втратив понад 20 млн чоловіків, жінок, людей похилого віку та дітей в останній війні* [Бондаренко, 2021]. Згідно з опитуванням, проведеним Левада центром в грудні 2021 року, 39% росіян заявили, що війна між Росією та Україною неминуча або дуже ймовірна. Половина заявила, що Сполучені Штати та НАТО винні у зростанні напруженості, і не більше 4% – у всіх вікових групах – заявили, що винна саме Росія.

День перемоги для росіян і для Путіна – священна дата. Велика Вітчизняна війна (ВВВ) – це ключовий історичний міф сучасної Росії, під яким ми розуміємо ідеалізоване уявлення росіян про самих себе в минулому. Такі міфи має чи не кожна національна або імперська спільнота. Сакральність цього свята визначена кількома чинниками. По-перше, у цьому міфі закладено позитивну ідею перемоги Добра над Злом, яка є одним із найдавніших архетипів людства. Таке сприйняття є характерним для росіян, які століттями жили усвідомлюючи себе фортецею, оточеною лише ворогами, які мріють про знищення Росії.

Російський міф про ВВВ чітко виокремлює дві сторони: Добро (СРСР) та Зло (Німеччина). Зло (Німеччина) напало на Добро (СРСР) і на початку майже перемогло Добро. У фіналі Добро тріумфує над Злом. Логічно, що люди прагнуть асоціювати себе з Добром. Міф ВВВ пропонує росіянину бути частинкою єдиної спільноти, яка колись була причетною до перемоги Добра над Злом. Російська ж пропаганда, героїзуючи та романтизуючи ту війну, пропонує росіянину, що непогано було б і повторити, адже загроза – реальна, а ці *українські нацисти* вже зовсім скоро опиняться біля твого дому, тому їх просто необхідно зупинити [Медвідь, 2022].

По-друге, міф ВВВ охоплює такі традиційні елементи російської імперсько-політичної міфології – міф про Захід, міф про загрозу,

міф про особливу людину. У політичній міфології Москви Заходу вже віддавна відводиться роль основного антипода, який загрожує Росії. Особливо протиставляються *західна раціональність і російська духовність*. Західний розум у цій міфології трактується як *холодний, формальний, не притаманний росіянам*. Оскільки риси Заходу не притаманні Росії і є загрозою для росіян, то Росії необхідно обрати власний шлях – так званий *русскій путь*, на якому, завдяки особливостям росіян вдається перемогти цю західну загрозу. І в цьому унікальність міфу ВОВ, адже ця перемога – найвагоміший доказ на користь *русского пути* та особливих якостей *русского человека* [Медвідь, 2022].

По-третє, існує тісний зв'язок міфу ВОВ із соціальною ностальгією, яка побутує в сучасному російському суспільстві. Соціальна ностальгія – явище, яке виникає в період різких соціальних, економічних і політичних змін, внаслідок яких певна частина населення не може адаптуватися до нових умов життя і намагається втриматися у звичних для себе соціокультурних рамках. Переживання реальності у таких людей направлено у минуле, а сучасність порівнюється з ним. Для росіян 1991 рік виявився катастрофою. Значно гірше виявилось подолати імперський комплекс. Змиритися з втратою територій – особливо України та Білорусі – виявилось їм не під силу. У цьому й корені соціальної ностальгії за старими добрими часами, коли *дєди вместе воєвали*, а згодом сконструювали міф про ВОВ. Підживлення міфу ВОВ – спроба зберегти позитивний імідж в очах росіян. Окрім того, за допомогою нього відвертається увага від внутрішніх проблем на зовнішні. Підступний Захід розвалив Росію, а за допомогою кольорових революцій прагне перешкодити відновленню її величі. Давайте згадаємо, як наші діди перемогли нацистів (тобто Захід), і повторимо!

По-четверте, міф ВОВ має значний символічний капітал, який Кремль використовує як легітимаційний чинник у зовнішній політиці. Перемога над нацизмом є ключовою історичною подією, на яких Захід і Росія ґрунтують свою геополітичну легітимність. Ця перемога зробила США та СРСР найбільшими світовими потугами. Після поразки у холодній війні статус Росії як значного геополітичного гравця опинився під загрозою. Російська влада намагається

всіляко підкреслити вирішальну роль СРСР (а отже й Росії як її правонаступниці) у перемозі над нацизмом, а також визволенні народів Європи. Кремль цим маніпулює і вимагає всіляких геополітичних преференцій, оскільки це право *омите кров'ю загиблих солдат*.

День перемоги у Росії – це дещо більше, ніж просто одне з головних державних свят. Жодна інша дата не володіє таким об'єднуючим, легітимізаційним та мобілізаційним ресурсом. Жодне інше свято так не відображає психології колективного *руського мира*. У ньому вся повнота *загадочної руської душі*. У ньому повне *перемобісє* [Медвідь, 2022].

Міф № 2 про Росію як велику державу. Кремль взяв на озброєння ідею імперської держави, правонаступниці царської Росії, і відповідно, активно підживлює міф про Росію як колишню і сучасну імперію та імперську свідомість росіян. Йдеться про пріоритет Росії як *великої держави*. Цікаво що міф про велич Росії не змогли зруйнувати політичні зміни, які відбулися в самій країні (епоха Єльцина, політичні та економічні реформи). Результати експрес-опитування, проведеного в січні 2002 року свідчить про те, що відмовлятися від міфа про *велику державу* росіяни не хочуть [Цуладзе, 2003: 334-335]. Водночас, визнавати Росію слабкою і другорядною країною суспільна думка не хоче. Суспільству потрібен новий позитивний міф, який би дозволив вирішити існуючі суперечності, проте такого міфа не існує. Тому спрацьовують захисні механізми колективної психіки – старий міф поки що співіснує з новою картиною світу.

Російська Федерація тривалий час плекала власний образ непереможного велетня і це поняття закріпилося у світовій свідомості, тому не дивно, що значна кількість світових лідерів вважали, що в Україні проти Росії немає жодних шансів.

Повномасштабна російсько-українська війна триває вже два з половиною місяці, протягом яких Росія спромоглась окупувати лише один обласний центр – Херсон, до якого увійшла у перші дні війни. Більш того, за місяць після початку вторгнення російські війська зазнали значних втрат і змушені були повністю вивести війська з північних областей України – Київської та Чернігівської.

Попри заяви про *повне знищення систем ППО і повітряного флоту України*, Росія не досягла драматичної переваги в повітряному просторі України [Барчук, 2022]. А 14 квітня 2022 року повного знищення зазнав флагман російського морського флоту крейсер Москва. Таким чином, Росія значно прорахувалася – починаючи від очікувань, що український народ зустрінатиме окупанта з квітами, закінчуючи спроможностями власної армії, ураженої корупцією та низьким бойовим духом.

У той час, як деколонізація в Європі повністю завершилась у XX столітті, Росія досі не втрачає свої імперські амбіції «збирання територій». Російська Федерація, що постійно оглядається то на *велич* СРСР, то на кордони царської Росії, світоглядно відстає від європейської цивілізації, що пройшла свій шлях деколонізації в 50–70-х роках XX ст. Саме тому країнам Європи подекуди важко зрозуміти мотиви масштабної кривавої бійни на території суверенної держави, яку розв'язав агресор. Проте цілком імовірно, що імперська свідомість Кремля продукуватиме все нові і нові загарбницькі плани, що включатимуть не лише Польщу чи країни Балтії, але й країни поза колишньою територією Радянського Союзу.

Міф № 3: Росія – мирна країна, яку оточили вороги. Наступним міфом, який сформувала російська пропаганда – Росія – мирна країна, яку оточили вороги. Переконавання всього суспільства в тому, що Росія не агресор, відбиває основну ідеологію радянських часів: країна веде лише оборонні війни. Уряд навіть виділив гроші на фільми, присвячені цій темі: у квітні 2021 року Міністерство культури РФ ухвалило, що історичні перемоги Росії та миротворча місія Росії є одними з пріоритетних тем для кінопродюсерів, які шукають державне фінансування. Зараз просувається ідея, що Росія – миролюбна країна, яка постійно оточена ворогами, – сказав Антон Долін, російський кінокритик [Бондаренко, 2021]. При цьому опитування показують, що молоді люди позитивніше ставляться до Заходу, ніж росіяни старшого віку, а ейфорія від анексії Криму розсіялася на тлі економічної стагнації.

Міф № 4 про героя-рятівника. У політичному міфі центральною фігурою є надлюдина, носій верховної влади. Архетип надлюдини може набувати різних форм – від царя до диктатора. Проте

навіть у розвинутих суспільствах, у кризові моменти історії, виникає потреба у сильному лідері:

Потяг до сильного лідера виникає тоді, коли колективне бажання набуває небувалої сили і коли, з іншого боку, всі надії на задоволення цього бажання звичними, нормальними засобами не дають жодного результату. В такі моменти сподівання не лише гостро переживають але й персоніфікують. Вони постають перед очима людей в конкретному, індивідуальному обличчі. Напруження колективної надії втілюється в лідері [Кассирер, 2001: 384- 385].

Іншими словами, коли всі раціональні механізми політики припиняють роботу, то на арену історії виходить міф. Архаїчні форми мислення вступають в законну силу. Т. Дмитрієва зазначає, що релікти билинного мислення все ще міцно керують розумом значної кількості росіян. Багато хто з них чекає, що з'явиться герой-рятівник і миттєво вирішить усі проблеми, що накопичились з тих же самих билинних часів: підніме господарство цілого краю, врятує від розвалу якусь сферу економіки, врятує країну від бід [Дмитрієва, 2001: 64]. Стрижнем магічного сприйняття влади і її керівництва є переконання громадян, що все в країні залежить від першої особи держави. Далі проста логіка підказує, що всі проблеми в країні може вирішити лише надлюдина, наділена необмеженою владою. Так міф готує ґрунт для диктатури.

У сприйнятті міфа спрацьовують ті структури свідомості, які сприяють впорядкуванню картини світу, адаптуючи індивіда до умов життя, навколишньої дійсності. Ресурсом для формування міфів, особливо політичних, є дихотомія СВІЙ – ЧУЖИЙ. А відома фраза хто не з нами, той проти нас виступає в даному контексті основним критерієм. Герой міфа – завжди свій, а ті, хто проти нього – чужі, тобто вороги.

У продовж усієї історії перебування Путіна при владі, російські ЗМІ змальовували і змальовують Путіна месією, героєм, який приїде і врятує російський народ від ворогів, спочатку від терористів-чеченців, потім від грузинів, згодом від сирійців, а з 2014 від українців, від фашистської (київської) влади. Телебачення та преса,

блоги, вся індустрія масової комунікації намагається створити у свідомості глядачів і читачів образ Путіна як могутнього лідера, який має вирішальний вплив на будь-кого і на будь-що.

Міф № 5 про золотий мільярд. Кремль активно поширює конспірологічний міф про те, що Захід намагається ізолювати Росію після її вторгнення в Україну і це глобальна змова. Для президента Росії В. Путіна фраза *золотий мільярд* підсумовує поточний стан світової геополітики, пише The Washington Post. Виступаючи у Москві, Путін заявив:

Модель тотального панування так званого золотого мільярда несправедлива. Чому цей “золотий мільярд” має панувати над усіма і нав’язувати свої правила поведінки? [Тейлор, 2022]. Золотий мільярд ділить світ на людей першого та другого сорту і тому є, по суті, расистським і неоколоніальним, – продовжив Путін.

І з лютого 2022 року російський уряд активно озвучує цей міф, аби стверджувати, що ізоляція Росії після її вторгнення в Україну сталася не через її дії, а через глобальну змову проти неї. Принаймні, деякі члени російського уряду та пересічні росіяни, схоже, щиро вірять у цю теорію.

Міф про *золотий мільярд* враховує багато важливих ознак пострадянської Росії – необхідність захистити природні ресурси країни від хижого Заходу, деморалізацію Заходом російської молоді, руйнування російської економіки та руйнування здоров’я населення – в єдину переконливу розповідь, яка поєднує історичні аспекти (Велика Вітчизняна війна) з наукою та псевдонаукою. Російські високопосадовці, такі, як колишній президент Дмитро Медведєв і міністр закордонних справ Росії Сергій Лавров, повторюють це публічно після вторгнення 24 лютого. Більшу тривогу для деяких експертів викликає розмова Миколи Патрушева, впливового секретаря Ради безпеки. В інтерв’ю газеті “Аргументы и факты”, опублікованому в травні 2022 року, Патрушев сказав, що Захід може говорити про “права людини, свободу і демократію”, але таємно він працює над доктриною *золотого мільярда*. Протиріччя в логіці Путіна можуть підірвати його концепцію. Чергова історія

колоніалізму та панування розгортається зараз в Україні, яка, за словами Путіна, по праву є російською землею. Як повідомляє Робін Діксон з “The Post”, Путін прагне до анексії та поглинання, принаймні, частини України, і *вважає себе новою версією Петра Великого – царя початку XVIII ст., який повертає втрачені території*. Аналітики вважають першопричиною війни бажання Путіна зробити не якнайкраще для росіян, а зберегти внутрішню легітимність. *Завдяки війні Путін знову висувається на передній план російської політики як відповідальна та незамінна особа*, – написав історик Яків Фейгін.

Міф № 6 про особливий шлях Росії. Російські пропагандисти, засоби масової інформації спекулюють іще одним міфом про особливий шлях Росії, що вирізняє її від інших країн світу. Цей міф передбачає побудову національної держави, що вступає у конфронтацію з процесом глобалізації, оскільки постулюючи такий міф і, підтверджуючи його зовнішньою та внутрішньою політикою, Росія віддалятиметься від Заходу. Вона зможе існувати за рахунок своїх ресурсів, купуючи технології в обмін на нафту та газ, проте, на практиці відбудеться відтворення радянської моделі розвитку, проте вже з національною міфологією [Цуладзе, 2003: 347-348].

Міф 7: “Народи України, Білорусі та Росії – один народ”. Спекуляція на історії – звичний прийом Кремля, який спотворює історію регіону, виправдовуючи ідею про те, що Україна і Білорусь є природною частиною сфери впливу Росії. Кремлівський агітпроп часто вживає твердження про те, що Україна та Росія – *одна нація*, яке є найглибше вкоріненим міфом, що використовуються проти України. Навіть з довгострокової історичної перспективи цей аргумент не підтверджується. Попри тривалі періоди іноземного правління, Україна має сильну національну культуру та самобутність і є суверенною країною. Поняття *загальноросійської нації* без політичних кордонів є ідеологічною конструкцією, що сягає імперських часів. Російський уряд силою культивує цей міф з 2014 року, намагаючись раціоналізувати та виправдати свою військову агресію проти України [Ткачук, 2022].

Міф про спорідненість з’явився ще наприкінці 17-го-на початку 18-го століття. Тоді формувалась думка, що Росія є головним

спадкоємцем Київської Русі. Однак про так звану дружбу народів заговорили вже за радянських часів. Зараз це набуває іншого звучання, особливо коли йдеться про росіян, які з одного боку говорять, нібито вони наші старші брати.

З іншого боку лунає наратив, начебто ми й самі росіяни. Адже, на їхню думку, немає українського народу і тому не має бути української держави. Насправді це все переспіви того самого імперського мотиву, який бере свій початок з кінця 18-го століття.

Розмови про дружність чи братерство народів – це насправді масифікація (процес створення маси, зрощення свідомості та системи цінностей різних груп людей або народів).

Здебільшого серед сусідніх народів в історії існувало чи не найбільше протистоянь. Різні народи бачать по-різному своє майбутнє, а сусіди намагаються нав'язати своє бачення. Відтак це призводило до конфліктів. Проте відмінність нашої ситуації в тому, що все це прикривається нібито любов'ю та бажанням жити в дружбі. Натомість ми бачимо, як дорого для українців коштувала ця *дружба*. Тисячі людей вбиті в ім'я нібито якоїсь дружби. Тому насправді, попри примарну миролюбність цього міфу, він є дуже небезпечним. Він є основою сучасної війни Росії проти України. Через цей міф багато людей спочатку залишались у себе в містах та не евакуювались, оскільки думали, що росіяни схожі на нас і нічого поганого з нами не робитимуть [Долотова, 2022].

Однак вся історія Росії та України – це історія протистояння. Увесь час росіяни намагалися знищити українців. Зараз ми вже активно чуємо на свою адресу звинувачення у нацизмі, який ми, українці, нібито сповідуємо і від якого нас начебто рятують. Натомість росіяни розповідають історії про братні народи, що не заважає фізично ліквідовувати нас. Особливо ту частину українців, які вважають за потрібне зберегти свою українську ідентичність. Це верх російського цинізму, тож ми не маємо піддаватися омані. За усією цією дружбою народів ховається політика геноциду та завдання росіян знищити українців як націю [Долотова, 2022].

Питанню єдності двох народів присвячено чимало виступів російських політиків які намагаються нас переконати у такій надуманій єдності. Про це у своїй статті *Про історичну єдність росіян*

і українців у липні 2021 року написав президент РФ Володимир Путін, вочевидь, готуючи ґрунт для масштабного вторгнення в Україну. Тези Путіна не мали під собою ані історичного ґрунту, ані фактажу і є нічим іншим, як псевдонауковим пропагандистським імперським наративом, який протягом десятиліть Росія поширювала в Україні політичними і культурними інструментами, формуючи плацдарм для повномасштабного вторгнення та знищення суверенітету.

Опитування, проведене в Україні у липні 2021 року, показує, що із тезою Путіна не погоджувалося 70% українців. В лише 12,5% українців підтримали її – це переважно люди, старші 60 років, переважно зі східних областей України, що завжди були схильні до проросійського впливу, а також прихожани Московського патріархату, священники якого неодноразово закликали до *возз'єднання молодшого брата зі старшим*. 6 квітня 2022 року Соціологічна група Рейтинг провела опитування, згідно з яким тезу про братні народи не підтримує 91% українців, а 80% відчують гордість за свою країну [Барчук, 2022]. РФ роками вкладала в поняття народ свої територіальні претензії і наголошувала на тому, що має право захищати російськомовних громадян – не зрозуміло від кого – будь-де, де вони мешкають. У цей міф *руського народу* повірили і самі росіяни, що належать до дуже різних етнічних груп – буряти, інгуші, чукчі, башкири, чеченці, що мають свою мову та традиції, – і саме тому вони постійно намагались нав'язати його іншим народам, зокрема українцям.

Міф № 8: «Українські націоналісти – вірні прислужники Гітлера».

За радянських часів офіційно вважалося, що батальйони “Нахтігаль”, “Роланд” та дивізія “Галичина”, у яких служили українці, були підрозділами СС. Сучасні російські пропагандисти стверджують, що їхній “особовий склад брав участь у каральних акціях проти мирного населення і загалом всі українські націоналісти були зрадниками та маріонетками німців”. Насправді ж “Нахтігаль” та “Роланд” ніколи не були підрозділами СС, а ініціатором їхнього створення був не райхсфюрер СС Гімлер, а ОУН. Оунівці розглядали ці батальйони як основу для майбутньої української армії. Адже на початку 1941 р. керівництво ОУН знало про підготовку до війни Німеччини та СРСР і розраховувало, що саме

у момент початку війни вдається підняти повстання на території України і створити незалежну державу. Німецька сторона мала інші плани, розглядаючи “Нахтігаль” і “Роланд” як розвідувально-диверсійні підрозділи, які мали влаштовувати диверсії проти радянських військ. Ці завдання суттєво відрізнялися від завдань СС [Вятрович, 2022]. Рядові та частина командного складу батальйонів були українцями. Вони носили військові, а не есесівські звання, а їхні командири з німецького боку також були з вермахту. Попри сподівання ОУН, участь обох батальйонів у бойових діях була обмеженою.

Дивізія “Галичина” була створена навесні 1943 р. у Східній Галичині. Хоча в офіційній назві формування до квітня 1945 р. була аббревіатура “СС”, однак від початку дивізія була суто військовим формуванням. Українці розглядали перебування у “Галичині” як можливість здобути військовий досвід та зброю, аби надалі перейти до УПА, яка на той час не мала можливості вишколити та озброїти таку кількість вояків. Інші сподівалися, що дивізія стане основою для формування українських військових частин для боротьби проти СРСР, нехай навіть на боці німців. Були й такі, що вступали до лав дивізії, аби уникнути примусового вивезення на роботу до Німеччини. Певну частину вояків до “Галичини” мобілізували примусово.

Міф № 9: “Ніхто не забутий, Ніщо не забуто”.

Упродовж десятиліть людей переконували, що “ніхто не забутий, ніщо не забуто”». Це – головне пропагандистське гасло радянського режиму після війни. Проте виникають сумніви у відповідності фактам, оскільки після закінчення війни СРСР заявив про 7 млн втрат, згодом називали 20 млн., а перед розпадом Союзу кількість жертв зросла до 27 млн. загиблих. Тим часом точна кількість загиблих не встановлена й досі. Адже системного обліку втрат не вели: величезна кількість загиблих досі лежить у старих окопах [Вятрович, 2022].

З початком російської агресії в Криму та на сході України, російські ЗМІ продукують і підживлюють негативні міфи про Україну, у яких її зображають як країну, непридатна для життя, а її владу та ЗС як бандитів і нацистів, які вбивають мирне населення та руйнують

економіку. Натомість, Росія змальована як могутня країна з авторитетним лідером, що здатна захистити своїх “братів та сестер” від українсько-фашистського свавілля [Семен, 2018 : 21].

Міф 1: У 2014 році в Україні стався державний переворот, а сьогоднішня влада є антиросійською. Російський політикум – переконаний, що події в Україні на Майдані у 2014 році були державним переворотом.

У 2013 році українці вийшли на мирні протести через те, що тодішній президент Янукович під тиском Росії відмовився підписувати Угоду про асоціацію між Україною та ЄС. Масштабними протести стали після жорстокого побиття правоохоронцями протестувальників 1 грудня 2013 року. Близько 20% населення в тій чи іншій формі брали участь у Євромайдані. За такого масштабу участі це не був переворот – це був масовий народний рух. У лютому 2014 року Росія розпочала приховану військову операцію, окупувала, а згодом анексувала український Крим. Вона також організувала протести на сході України та в окупованих частинах Донецької та Луганської областей за допомогою своєї армії та спецназу. Залучення регулярної російської армії та значні втрати влітку 2014 та взимку 2015 року змусили президента Порошенка підписати Мінські угоди, які знизили інтенсивність кровопролиття та дали Україні час підготуватися до наступного російського нападу. Адміністрація Зеленського ніколи не була антиросійською. Навпаки, в його риториці 2018-2020 рр. були заяви про “зазирнути путіну в очі”, “домовитися десь посередині” тощо [Сологуб, 2022]. Однак Росії не потрібен компроміс, вона прагне знищити Україну і вбити кожного, хто вважає себе українцем.

В. Путін, напередодні війни РФ проти України, у виступі 21 лютого 2022 року заявив:

Майдан не приблизил Украину к демократии и прогрессу. Совершив государственный переворот, националисты и те политические силы, которые их поддерживали, окончательно завели ситуацию в тупик, столкнули Украину в бездну гражданской войны. Спустя восемь лет после тех событий страна расколота. Украина переживает острый

социально-экономический кризис [Обращение президента РФ 21 февраля 2022].

У цій цитаті – вже навіть не один, а кілька міфів, оскільки міф про переверот супроводжує інший, а саме – про розкол країни і про громадянську війну. Президент Росії замовчує той факт, що упродовж тривалого часу спецслужби Росії доклали чимало зусиль для розбрату і посилення проросійських настроїв у східному регіоні країни, підтримували фінансово проросійські партії, підкуповували політиків. Ми визнаємо той факт, що українська влада тривалий час ігнорувала проблеми, що виникли і в східній Україні, і в Криму, що значною мірою сприяло посиленню проросійських настроїв. Проте не варто ігнорувати і проросійські погляди самих жителів сходу України, які зневажливо ставилися до всього українського. Проте, у даному випадку йдеться про російських політиків і міфи, які не лише були сформовані російськими ЗМІ, але й жилилися російською пропагандою задля імперських цілей РФ, а саме – захопити територію України, встановити проросійський уряд і створити на пострадянському просторі щось на кшталт колишнього СРСР.

Міф 2: Росія допомагає “своїм”. Російські засоби масової інформації у своїх матеріалах демонструють доблесть Російської Федерації, яка активно відстоює права, *скривджених Україною* кримчан. Вони також пропагують міфологему, яка стверджує, що Росія не хотіла втручатись в проблему Криму, проте *скривджене російськомовне населення* попросило про допомогу, і Росія не змогла відмовити *своїм*.

Міф № 3: Крим сам хотів стати частиною Росії. Російські пропагандисти у заявах і виступах стверджують, що історично Крим перейшов до України як *дарунок*, а у її внутрішньополітичному житті завжди був на другому плані.

Міф № 4: Україна – неповноцінна держава, в якій розвивається агресивна русофобія і неонацизм. Російські політики та пропагандисти поширюють міф про слабкість української держави:

При этом украинские власти изначально, хочу это подчеркнуть, именно с первых шагов стали строить свою

государственность на отрицании всего, что нас объединяет, стремились исковеркать сознание, историческую память миллионов людей, целых поколений, живущих на Украине. Неудивительно, что украинское общество столкнулось с ростом крайнего национализма, который быстро приобрёл форму агрессивной русофобии и неонацизма. Отсюда и участие украинских националистов и неонацистов в бандах террористов на Северном Кавказе, всё громче звучащие территориальные претензии к России [Обращение президента РФ 21 февраля 2022].

Російські засоби масової поширюють міф про те, що Україна чинить звірства проти російськомовного населення на сході країни. Це – неправда, а твердження про те, що Україна атакує власну територію та переслідує власних громадян, є абсурдними. Щоб активізувати внутрішню підтримку російської військової агресії, російські державні ЗМІ невпинно намагаються очорнити Україну, звинувачуючи її в нібито геноциді на сході України, проводячи безпідставні паралелі з нацизмом і Другою світовою війною. Немає жодних доказів того, що російськомовні чи етнічні росіяни на сході України зазнають переслідувань, не кажучи вже про геноцид, з боку української влади. Це підтверджується у звітах, які опублікувала Рада Європи, Верховний комісар ООН з прав людини та ОБСЄ [Ткачук, 2022].

Міф № 5: Росію спровокувало розширення НАТО, тож вона була змушена напасти на Україну. Для Росії – це звична практика звинувачувати іншу сторону у тому, що вона сама ж зробила або має намір зробити. Навряд чи знайшлася б у світі країна, яка хотіла б напасти на ядерну державу, у якій за даними аналітиків була *друга армія світу*. Гіпотетично така війна забрала б величезну кількість ресурсів, живої сили, техніки тощо. Та й причин для нападу на Росію насправді немає, оскільки РФ і так продає ресурси усьому світу, від Західних країн до азійських і латиноамериканських.

Причина нападу Росії на Україну криється в іншому. По-перше, як заявив Путін, росіяни щиро вірять, що українці не є окремим народом. Тож вони хочуть знищити Україну. По-друге, Путін

прагне відновити історичну російську імперію. По-третє, зовнішня експансія (спецоперація) є стандартним способом для автократій відвернути увагу населення від внутрішніх проблем (корупція, бідність) та збільшити народну підтримку влади.

Міф № 6: 3 2014 року Україна бомбила жителів Донбасу. Слід зазначити, що Донбас був мирним до російської окупації в 2014 році. До того, як російські війська перетнули український кордон у 2014 році, на Донбасі, як і на решті території України, бойові дії не велися (протести на Євромайдані були мирними, поки міліція не почала розстрілювати протестувальників). Більш того, дані до 2014 року свідчать, що мешканці сходу України та Криму були більш пасивними, ніж в інших регіонах України (судячи з їхніх відповідей на питання про те, чи вийшли б вони на протести у разі порушення їхніх прав), незважаючи на їхню сильнішу ностальгію за радянськими часами [Сологуб, 2022]. Російська армія за сприяння місцевих колаборантів розгорнула терор проти населення на окупованих територіях. Багатьох людей було викрадено або вбито, багато зазнали тортур або утримувалися в концтаборах.

Міф № 7: Путін хотів лише нейтралітету та денацифікації України, він не планував зміну режиму. Цей міф підтверджує думку проте, що Росія втрутилася у внутрішні справи суверенної країни, порушила кордони іншої держави, порушивши міжнародне право. Україна, як демократична країна, сама вирішує, до яких союзів їй долучатися і яку політику здійснювати.

Незаконно анексувавши Кримський півострів та вчиняючи акти збройної агресії на сході України, Росія, незважаючи на те, що вона одна з постійних членів Ради Безпеки ООН, порушила щонайменше 12 міжнародних та двосторонніх договорів. До них належать Статут ООН, Гельсінський заключний акт і Паризька хартія, які гарантують суверенну рівність і територіальну цілісність держав, недоторканність кордонів, утримання від погрози силою або її застосування, а також свободу держав вибирати чи змінювати власні заходи безпеки. Україна зазнала серйозних втрат у конфлікті з Росією. Внаслідок російської агресії загинуло близько 14 тисяч українців і значно більше було поранено. Конфлікт також

перемістив понад 1,5 мільйона жителів з Кримського півострова та на схід України [Ткачук, 2022].

Міф про *українських нацистів* є надуманим. Він є продуктом російської пропаганди, оскільки в Україні, на відміну від деяких європейських країн, ультраправі партії стабільно отримують менше 2% голосів виборців. Крім того, вживання терміну *режим* до демократично обраного уряду України – це ще один приклад російської пропаганди, яка звинувачує протилежну сторону в тому, що робить сама Росія.

Міф № 8. В Україні заборонили опозиційні партії та російську мову.

Україна заборонила проросійські партії лише у квітні 2022 року, після повномасштабного російського вторгнення. На жаль, до цього в парламенті були представлені партії, які є буквально ворогами української держави (деякі представники цих партій досі залишаються в парламенті). Російська мова не заборонена, є багато людей, які говорять російською і сьогодні, хоча після повномасштабного вторгнення багато хто почав переходити на українську, щоб не спілкуватися мовою агресора.

Втім, хоча багато українців розмовляють російською, це не є їхнім свідомим вибором (і це не робить їх росіянами). Це результат багатьох десятиліть політики русифікації, яка набирала різних форм, проте переслідувала ту саму мету – стирання української ідентичності.

Українська мова захищена законом, як і в багатьох інших країнах, де діють подібні закони для захисту національної (державної) мови. В Україні дійсно заборонили деякі російські фільми та книги – пропагандистські продукти, які принижували Україну та українців та/або пропагували велику *росію*.

Захист російськомовних дійсно був одним із *виправдань* російського вторгнення, яке наводив Путін. Однак тепер можна побачити, що насправді означає цей *захист* у переважно російськомовних Харкові, Маріуполі, Миколаєві, Херсоні та інших містах і селах сходу та півдня України.

Міф № 9. Україна поділена на Схід і Захід, на російськомовних і україномовних. Росія роками намагається представити Україну

розділеною державою. Попри всі зусилля, Росії це так і не вдалося. Хоча українці справді розмовляють різними мовами та мають різні політичні погляди, у них є спільні цінності – вони цінують власну свободу та державу. Тому вони виходять на вулиці, коли влада порушує їхні права чи закон, і захищають свою землю, коли на неї нападає Росія. На сході та півдні України дійсно проживало більше російськомовних громадян, і підтримка проросійських партій тут була вищою. Однак, незважаючи на те, що каже російська пропаганда, в Україні немає дискримінації за національною чи мовною ознаками (на відміну від РФ).

Визнаючи, що багато українців спілкуються російською, потрібно розуміти й причини цього. Ці причини – політика геноциду проти українців, яку протягом століть проводила Росія. Пригадаймо заборону української мови в XIX ст. та її придушення у XX ст.; штучний голод і депортації в першій половині XX ст. (етнічні росіяни займали будинки померлих від голоду, репресованих чи депортованих українців), мільйони загиблих українців під час Другої світової війни, постійні репресії проти української еліти, пропаганду *великої* російської культури й водночас приниження української мови, культури та мистецтва. Отже, русифікація України – це не природне явище, а результат дуже бруталльної політики, яку проводила російська імперія, вона ж СРСР [Сологуб, 2022].

1.4.5. Фільтри сприйняття реальності

Зростання обсягів інформації та її потоку призводить до того, що реципієнти не завжди керуються здоровим глуздом, тому часто у комунікативних ситуаціях, їхній мозок керується ірраціональними шаблонами. Такі систематичні помилки є когнітивними спотвореннями. Ментальні викривлення (когнітивні спотворення) – це такі вади у сприйнятті інформації, що викликають спотворення суджень про навколишній світ, які, у свою чергу призводять до хибних уявлень, дій, поведінки. Тобто, за таких умов людина створює власну суб'єктивну реальність, що може значно відрізнятися від об'єктивних факторів навколишньої дійсності [Лозовська, 2021].

Ментальні викривлення є протилежністю свідомому сприйняттю та обробці інформації. Оскільки наш мозок – енерговитратний орган, то такі спотворення спрощують йому роботу. Психотерапевт К. Александровська зазначає, що *важливі речі ми аналізуємо докладніше, поточні – швидко. Інформація укрупнюється, їй присвоюються «ярлики», вона сортується. Звідси фільтри – те, що оберігає мозок від перевантаження* [Ястремська, 2018].

Одним із таких фільтрів є коректне, об'єктивне сприйняття інформації. Проте цього важко досягти через селективність відбору інформації. Це, так зване, когнітивне спотворення № 1: селективне сприйняття. Якщо росіяни, під впливом їхньої пропаганди вірять в те, що українці – *нацисти*, якими керує такий же уряд і президент, то вони імовірно шукатимуть підтвердження своїм переконанням у виступах політиків, того ж Путіна, Медведєва, Пескова, журналістів. Оскільки зазомбованих росіян така тема хвилює, то вони читатимуть тематичні статті в інтернеті, переглядатимуть ТБ передачі, присвячені даній тематиці і лише утверджуватимуться у своїй правоті. Тут і полягає небезпека, оскільки існує ймовірність того, що упереджені особистості приділятимуть набагато більше уваги новинам, виступам політиків, заявам, що підкріплюють їхню точку зору. Так втрачається об'єктивність, тому що люди обирають інформацію, яка узгоджується з їх очікуваннями та ігнорують іншу інформацію, що не корелює з базовими переконаннями та цінностями.

Функціонування постправди як компонента політичної реальності та інформаційної війни значною мірою зумовлено тим, що соціальним та політичним суб'єктам властива схильність до когнітивних спотворень або когнітивних ілюзій. Когнітивні спотворення – це відхилення від правильності в судженнях, що деформують адекватне розуміння та інтерпретацію реальності. В основі генези когнітивних спотворень лежить тенденція індивідів до спрощення сприйняття складної дійсності та, безумовно, має адаптивний характер. Тенденція до спрощення сприйняття реальності, до полегшення обробки інформації про навколишній світ пояснюється низкою чинників. По-перше, це нестача часу, коли наявна необхідність чи бажання ухвалити швидке рішення. По-друге, нестача

інформації про обставини та предмет прийняття рішення. По-тре-
тє, наявність великої кількості інформації щодо предмету рішен-
ня. По-четверте, обмежені можливості пам'яті щодо адекватно-
го структурування попереднього досвіду та недостатня увага до
подробниць [Висоцький, 2018 :132].

Другим за важливістю є когнітивне спотворення під назвою –
ефект проголошеного пророцтва. Його сутність полягає в тому,
що неправдиве пророцтво, котре звучить дуже переконливо,
може змусити людей мимоволі прагнути до його здійснення. Так,
пророцтво, в якого практично не було шансів збутися, раптом
здійснюється. З точки зору інформаційного протистояння, ефект
проголошеного пророцтва спостерігаємо у публічному дискур-
сі російських політиків, того ж Путіна, який ще у 2014 році, після
подій на Майдані у Києві заявив, що це був *державний переворот*.

Третім поширеним спотворенням є когнітивне спотворення:
ефект ореолу, згідно з яким люди проектують оцінку відомих їм
якостей об'єкта на невідомі якості. Наприклад, популярний політик,
В. Путін, сприймається як справжній державотворець, діяч, який
відстоює інтереси Росії, протистоїть Заходу, захищає базові куль-
турні цінності, збирає (повертає) споконвічні російські землі тощо.
Ефект ореолу сприяє тому, що всі дії президента РФ сприймаються
як єдино правильні, вірні, а отже, і корисні для росіян і Росії.

Четвертим типом спотворення є *надмірне узагальнення*, коли
висновок про щось загальне робиться на основі вузької або оди-
ничної події або факту. Наприклад: Якщо праворадикальні рухи
організують марші чи демонстрації, то вони виражають думку
всіх українців. Чимало прикладів спостерігаємо і серед колишніх
проросійських політиків., таких як О. Вілкул та М. Добкін, яких
традиційно вважають проросійськими. Під впливом подій 2022
року, початку повномасштабної агресії Росії проти України, згадані
політики кардинально змінили свої погляди, хоча українці схиль-
ні вважати, що вони і далі підтримують Росію. Колишній голова
Дніпропетровської облادміністрації, віце-прем'єр часів прези-
дента Януковича, Олександр Вілкул, якого чітко асоціювали з про-
російським вектором, у нинішніх умовах став патріотом України.
Він не лише пішов на співпрацю з владою, а й почав спілкуватися

українською мовою із своїм оточенням. Про це сам Вілкул заявив в інтерв'ю “Главкому”:

Я знаю, що дуже багато людей налаштовані дико патріотично. Я нещодавно спілкувався 10 хвилин з Михайлом Добкіним, який все, що залежить від нього, робить для оборони Харкова. Щоб ви розуміли, ми розмовляли українською, – розповів Вілкул.

Колишній регіонал стверджує, що і в україномовних, і в російськомовних українців наразі одна мета: побороти російських окупантів, які прийшли нищити нашу землю:

Просто було розвішано багато ярликів. Південно-східна Україна розмовляє російською мовою, то й що? Ми народилися такими, і це не означає, що є меншими патріотами України. Подивіться, як бореться та вмирає російськомовний Маріуполь та як бореться Харків. Подивіться, як бореться весь російськомовний Південний схід. Російськомовний патріотизм нічим не гірший за україномовний. Ми – такі ж патріоти і готові боротися за Батьківщину, – розповів Вілкул [Вілкул і Добкін почали спілкуватися українською. Цинічний Львів].

Подані вище приклади свідчать про те, що люди схильні до узагальнень, хоча під впливом обставин, як це трапилось із Вілкулом і Добкіним, переконання людей змінюються.

Доволі часто ознакою надмірного узагальнення може бути використання у мові наступних слів: *ніколи, нічого, як завжди, всі, постійно*. Гіперузагальнення сприяє такому сприйняттю інформації, коли ми відфільтровуємо певні події, щоби вони підпадали під наші уявлення.

О. Кухарук, психолог, стверджує, що когнітивно-психологічне спотворення стає проблемою, коли замість набору *мисленнєвих прийомів* основним стає один або кілька негнучких і домінуючих, через призму яких пропускається вся інформація. Коли образ мислення стає командою *так і тільки так*, і неможливо побачити інші версії того, що відбувається [Ястремська, 2018].

На жаль, політики, наділені владою, схильні до ризику когнітивних спотворень більшою мірою, ніж решта.

Не менш дієвим є п'ятий тип спотворення – *фільтрування*, в ході якого посилюється фокус на негативних складових та ігноруються позитивні. Фільтрування не дає людині змоги отримати ресурс, оскільки концентрація уваги направлена на негативні події. Таке сприйняття дійсності нерідко призводить до одностороннього сприйняття якихось подій.

Близьким за змістом є шостий тип спотворення – *ігнорування позитивних моментів* у тій або іншій ситуації. Такий підхід є різновидом когнітивного упередження, яке полягає в тому, що всі сприятливі події у житті суспільства, наприклад українського, пояснюються з точки зору вдачі, збігу обставин тощо. Ця позиція також є прогашною, оскільки практикуючи такий підхід, людина вважає, що та або інша група людей, наприклад українців, заслуговує лише поганого [Лозовська, 2021].

Окрім зазначених вище, існує іще один, сьомий тип спотворення, що називається *чорно-біле мислення*. У даному випадку йдеться про крайнощі. Чорно-біле мислення використовують як форму маніпуляції, оскільки воно спирається на те, що люди оцінюють ситуацію лише тут і зараз, не інтегруючи минулий досвід. Даний підхід є показовим для Росії, яка болісно сприйняла проголошення Україною незалежності у 1991 році і упродовж часового проміжку, починаючи з 2014 намагалася повернути Україну на орбіту Росії для того, щоб створити *оновлений СРСР*.

Восьмим типом когнітивного спотворення є *катастрофізація*, тобто гіперболізація події. Тобто, політик, змальовуючи подію, *робить із мухи слона*. У такій ситуації він дійсно прогнозує максимально погані наслідки завершення подій. Катастрофізація полягає у масштабуванні і гіперболізації *поганих* думок. Прикладом можуть бути заяви російських політиків з приводу проєвропейського вектору України, її зусиль стати незалежною від РФ. Катастрофічним, на думку російських політиків, є сам факт існування України, яку започаткував, знову ж на думку В. Путіна, Ленін:

Собственно, как уже сказал, в результате большевистской политики и возникла советская Украина, которую и в наши дни можно с полным основанием назвать «Украина имени Владимира Ильича Ленина». Он её автор и архитектор. Это целиком и полностью подтверждается архивными документами, включая жёсткие ленинские директивы по Донбассу, который буквально втиснули в состав Украины. Это сейчас радикалы и националисты, в том числе и прежде всего на Украине, приписывают себе заслугу завоевания независимости. Как мы видим, это совсем не так. К распаду нашей единой страны привели исторические, стратегические ошибки лидеров большевиков, руководства КПСС, допущенные в разное время в государственном строительстве, экономической и национальной политике. Распад исторической России под названием СССР на их совести [Обращение президента РФ 21 февраля 2022].

Зміст засвоюваної інформації залежить від того, які фільтри сприйняття існують у людини і як вони працюють. Фільтри сприйняття – це унікальні ідеї, досвід, переконання і мова, які формують модель реальності, картину світу кожної конкретної людини. Фільтри сприйняття можуть бути охарактеризовані як *захисний бар'єр свідомості* [Іщенко, 2015].

Російській пропаганді вдається обходити фільтри свідомості і формувати викривлену картину світу росіян, в якій Росія захищає себе від ворожого оточення, України, Заходу тощо.

Висновки до розділу 1

Моделі когнітивних засад комунікації Г. Лассвела 1948 та 1968 років є досить ефективними для аналізу пропагандистських повідомлень російських ЗМІ. Функціональні елементи згаданого комунікаційного ланцюга детерміновані особливостями людської психіки. Публічні виступи російських політиків, повідомлення у російських ЗМІ – інформаційно, когнітивно та логічно збалансовані та здатні ефективно вплинути на думки і вчинки людей

усупереч навіть їхній природній логіці поведінки. Подана через російські ЗМІ інформація має прагматичний зміст, мету та цільову аудиторію. Очевидно, що новинні повідомлення та промови російських політиків формують цінності та уявлення російської аудиторії. Аналіз їхніх заяв свідчить про значний вплив інформаційних повідомлень як маніпулятивних інструментів, що виправдовують зовнішню політику Росії.

Під впливом фейкових новин, сприйняття неправдивої інформації, психіка реципієнтів зазнає значних деструктивних впливів двох видів, перший з яких пов'язаний з утратою цінної актуальної інформації, а другий – із впровадженням у психіку деструктивної інформації.

Російські ЗМІ, пропагандисти та політики, намагаючись вплинути на аудиторію, спочатку провокують відхилення у функціонуванні окремих компонентів психіки об'єкта впливу, що призводить до стану когнітивного дисонансу. Теорія когнітивного дисонансу пояснює деякі способи соціальної поведінки, зокрема в ситуації з повномасштабною війною РФ проти України.

Російські ЗМІ активно використовують мову *ненависті* як компонент інформаційної війни. Вона сприяє відмові від мислення, аналізу, будь-яких спроб зорієнтуватися та розібратися в ситуації. *Мова ненависті* апелює до найгірших інстинктів та емоцій, формуючи ненависть до всього українського. Підґрунтям для появи і поширення мови ворожнечі виступають соціальні-політичні стереотипи й упередження. Мова ворожнечі, якою послуговуються російські ЗМІ, має конкретні вектори вербальної агресії, серед яких: прихильники Євромайдану, українці, татари, члени і прихильники Меджлісу.

Інформаційна війна пов'язана з базовими поняттями, такими як картина світу, когнітивна система тощо. Картина світу виступає кутом зору, через яку відбувається сприйняття реальності. Картина світу охоплює низку категорій, серед яких слід згадати концептуальну, національну та мовну (вербальну) картину, світу, яке безпосередньо пов'язана з політикою, ідеологією країни, її мовою, світоглядом народу, його переконаннями та цінностями. Картина

світу росіян охоплює низку доменів – історію, територію, події, історичних осіб тощо.

Російські засоби масової інформації підсилюють свій вплив на свідомість людей за допомогою стереотипів. У свідомості росіян потужним є стереотип ворога, як зовнішнього, так і внутрішнього. Під впливом людоненависницької ідеології та пропаганди українцям приписують лише негативні характеристики, описують їх за допомогою звичних категорій в термінах ворогів. У відповідності з такою моделлю, росіяни не лише сприймають навколишній світ, але й діють у ньому.

Із образом ВОРОГА тісно пов'язаний образ ГЕРОЯ, який виражає сподівання народу на чудо та переможе ворога. За останні двадцять років у РФ сформувався образ ГЕРОЯ, під яким, без сумніву, розуміють президента РФ, В. Путіна.

В Росії телебачення є найбільш впливовим засобом масової інформації і воно безпосередньо задіяне в міфотворчості. За допомогою ТБ створюють віртуальну міфологічну реальність, яку нав'язують мільйонам глядачів.

Міфологія Росії ґрунтується на кількох ключових міфах, серед яких: міф про Велику Вітчизняну війну; про Росію як велику державу; міф про мирну країну, яку оточили вороги; про героя-рятівника; про золотий мільярд; про особливий шлях Росії; про один народ, до якого відносять народи України, Білорусі та Росії тощо.

Зростання обсягів інформації спричиняє систематичні помилки, ментальні викривлення, що викликають спотворення суджень про навколишній світ, які, у свою чергу призводять до хибних уявлень, дій, поведінки. Під впливом потоку російської агресивної пропаганди у росіян формується власна суб'єктивна реальність, що значно відрізняється від об'єктивних факторів навколишньої дійсності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аналіз інтернет-ЗМІ т. зв. “ДНР” та “ЛНР”: у кожній десятій новині – мова ворожнечі щодо українців, 11% новин – фейки. *Інститут масової інформації*. 24.02.2017. URL: <http://imi.org.ua/news/analiz-internet-zmi-tzv-dnr-ta-lnr-u-kojniy-desyatiy-novini-mova-voronechischodo-ukrajintsiiv-11-novin-feyki/>
2. Барчук Нестор. Сім популярних міфів про війну Росії проти України. *НВ*. 25 травня 2022. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/napopulyarnishi-mifi-pro-viynu-rosiji-proti-ukrajini-ostanni-novini-50245001.html>
3. Бондаренко Марта. Мілітаризація суспільства: як у Росії дітей та дорослих готують до війни – NYT. *Факти*. 22 грудня 2021 року. URL: <https://fakty.com.ua/ua/svit/rosiya/20211222-militaryzacziya-suspilstva-yak-u-rosiyi-ditej-ta-doroslyh-gotuyut-do-vijny-nyt/>
4. Бондырева С.К., Колесов Д.В. Традиции: стабильность и преемственность в жизни общества. М.: Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж: Изд-во НПО «МОДЭК», 2007. 280 с.
5. Бурмагин Александр и др. Язык вражды в информационном пространстве Крыма: Информационно-аналитический доклад о распространении языка вражды на территории Крымского полуострова (март 2014 – июль 2017). Под общей редакцией И. Седовой и Т. Печончик. Киев, 2018. URL: <https://crimeahrg.org/wp-content/uploads/2018/03/Hate-book-RU.pdf>
6. Бутенко Н.Ю. Соціальна психологія в рекламі. К.: КНЕУ, 2006. 384 с.
7. Бутиріна М.В. Мас-медіа як середовище створення та функціонування стереотипів масової свідомості : автореф. д. н. соц. ком.: 27.00.01; КНУ ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. К., 2009. 32 с.
8. Висоцький О.Ю. Постправада: концептуальні та праксеологічні ви-міри. ГРАНІ. Том 21 № 10 2018. С. 128-133. DOI: 10.15421/1718138/
9. Вілкул і Добкін почали спілкуватися українською: “Ми – такі ж патріоти і готові боротися за Батьківщину” (31.03.2022). Цинічний Львів. URL: <https://cynicallviv.com.ua/vilkul-i-dobkin-pochaly-spilkuvatysya-ukrayinskoju-my-taki-zh-patrioty-i-gotovi-borotysya-za-batkvishhynu/>
10. Враги России. АНО «Левада-центр». *Аналитический центр Юрия Левады*. 10.01.2018. URL: <https://www.levada.ru/2018/01/10/vragi-rossii/>

11. Вятрович Володимир. Чи справді «ніщо не забуте»: 5 міфів про другу світову війну, якими в СРСР перебрехали історію. *Перший український інформаційний*. 05.10.2022. URL: <https://www.5.ua/polityka/chy-spravdi-nishcho-ne-zabute-5-mifiv-pro-druhu-svitovu-viinu-iyakymy-v-srsr-perebrekhaly-istoriiu-276726.html>
12. Гордієнко Т. Постправда як тренд: Ukrainian style. *DM. Media sapiens*. 2017. URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/19964/2017-11-06-postpravda-yak-trend-ukrainian-style/>
13. Громенко С. КрымНаш. Історія російського міфу. Київ, 2017. 208 с.
14. Джердж С. Інформаційна війна Росії проти України. (Тези виступу на міжнародній науково-практичній конференції «Асиметрична війна Росії проти України», Київ, 26 листопада 2014 р.). *Борисфен Інтел*. 08.03.2022. URL: <https://bintel.org.ua/analytics/informatsiyna-viyna-rosiyi-proty-ukrayiny/>
15. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ. М.: Прогресс, 1989. 312 с.
16. Долотова Даниїла. За міфом дружби народів ховається геноцид! В'ятрович про фейкову спорідненість України й Росії. *Вікна*. 13 травня 2022. URL: <https://vikna.tv/video/ukrayina/za-mifom-druzhby-narodiv-hovayetsya-genocyzd-vyatrovych-pro-fejkovu-sporidnenist-ukrayiny-j-rosiyi/>
17. Дорош Марина. Мова ворожнечі – нові прояви та наслідки. *osvita.mediasapiens*. 17 березня 2015 р. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/media_law/law/mova_vorozhnechi_novi_proyavi_ta_naslidki/
18. Дмитриева Т.Б. Характер русский. М.: Коллекция “Совершенно секретно”, 2001. 189 с
19. Друковані видання ОРДО на 26% складаються з мови ворожнечі – дослідження ДІІ (3 липня 2017). *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/127569/2017-07-03-drukovani-vydannya-ordo-na-26-skladayutsya-z-movy-vorozhnechi-doslizhennya-dii/>
20. Житарюк Мар'ян. Теорії та моделі масової інформації. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 244 с.
21. Запорожець О. Феномен гібридної війни у сучасних міжнародних відносинах. *Міжнародні відносини Серія «Політичні науки»*. No 16 (2017). URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/issue/view/184

22. Захарченко Т. “Мова ворожнечі” як технологія ведення гібридної війни РФ проти України. *Медіафорум: аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент: зб. наук. праць*. Чернівці: ЧНУ. Том 7, 2019. С. 250-259.
23. Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. Психология массовой политической коммуникации. М.: МГУ, 2013. 304 с.
24. Еляшевська Н.Ф. Вразливість України до інформаційної війни. *Теле- та радіожурналістика*. Львів, 2015. Вип. 14. С.165-169.
25. Іщенко Наталя. Війна з міфами давно на часі. *Урядовий кур’єр*. 12 лютого 2015 р. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/vijna-z-mifami-davno-na-chasi/>
26. Каламаж Р.В. Психологічні аспекти формування правової культури виборців: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.06. Київ: Національний університет внутрішніх справ, 2004. 205 с.
27. Каменская О.Л. Текст и коммуникация. М.: Высшая школа, 1990. 152 с.
28. Кассирер Э. Политические мифы. *Реклама: внушение и манипуляция*. Самара: Издательский Дом «Бахрах-М», 2001. С. 382-397.
29. Карпчук Наталія. Медіа як невоєнний метод впливу в гібридній війні. Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. 2 (4), 2018. С. 41-49.
30. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический проект, 2005. 448 с.
31. Когнітивна війна. *ІСЕД*. 11 березня 2021 р. URL: <https://iser.org.ua/analitika/gromadianske-suspilstvo/kognitivna-viina>
32. Колшанский Г.В. Объективная картина мира в познании и языке. М.: Наука, 1990. 108с.
33. Копан О.В., Мельник В.І. Інформаційно-психологічна війна як засіб маніпулювання людською свідомістю. *Інформація і право*. №2 (17), 2016. С. 92-98.
34. Конфликт с Украиной. *Левада-Центр АНО «Левада-центр»*. Аналитический центр Юрия Левады. 30.06.2022. URL: <https://www.levada.ru/2022/06/30/konflikt-s-ukrainoj-3/>
35. Красных В. В. “Свой” среди “чужих”: миф или реальность? М.: ИТДГК “Гнозис”, 2003. 375 с.

36. Кригель Михайло. Путін – бог, а ви всі – нацисти. Як «високоточна» зброя росіян знищує їхній мозок і родинні зв'язки з українцями. *Українська Правда*. 15 липня 2022 р. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2022/07/15/7358192/>

37. Кустова Г.И. Когнитивные модели в семантической деривации и система производных значений. *Вопросы языкознания*. № 4, 2000. С. 85-109.

38. Лапина Э.А. Метафора в терминологии микроэлектроники. Метафора в языке и тексте. М.: Наука, 1988. С. 134-144.

39. Лисенко В. Застосування інформаційно-психологічних прийомів задля відстоювання інтересів держави. *Персонал*, №6, 2006. URL: <http://www.personal.in.ua/article.php?id=301>

40. Лифтон Р. Технология «промывки мозгов»: Психология тоталитаризма. СПб.: праймЕврознак, 2005. 576 с.

41. Лозовська Ольга Когнітивні викривлення. *Mental Code*. 25 травня 2021. URL: <https://mentalcode.com.ua/kognitivni-vikrivlennya/>

42. Луман Н. Медиа коммуникации. М.: Логос, 2005. 276 с.

43. Магда Є.М. Гібридна війна: сутність та структура феномену. Міжнародні відносини Серія «Політичні науки». № 4, 2014. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/2489

44. Майданюк Валерій. Наше слово. Українська діаспора в Росії – пропаганда сильніша за кров. 5 листопада 2015. URL: <https://nasze-slowo.pl/ukrayinska-diaspora-v-rosiyi-propaga/>

45. Мамардашвили М. Введение в философию. Мой опыт нетипичен. СПб: Азбука, 2000. С.37-53.

46. Манойло А. Государственная информационная политика в особых условиях: монография. М.: МИФИ, 2003. 388 с.

47. Митинг «Мы вместе!» в поддержку принятия Крыма в состав Российской Федерации. Стенограмма 18 марта 2014 года. Москва. URL: <http://kremlin.ru/events/president/transcripts/20607>

48. Медвідь Ігор. Повне побєдобєсїє. *ZBRUC*. 30.04.2022. URL: <https://zbruc.eu/node/111712>

49. Международные отношения. АНО «Левада-центр». Аналитический центр Юрия Левады. 15.06.2022. URL: <https://www.levada.ru/2022/06/15/mezhdunarodnye-otnosheniya-7/>

50. Мова ворожнечі у ЗМІ: якою вона буває та до чого призводить (інфографіка). *Інститут масової інформації*. 08.11.2016. URL: <https://imi.org.ua/advices/mova-vorojnechi-u-zmi-yakoyu-vona-buvae-ta-dochogoprizvodit-infografika-i2374>

51. Москва пояснює відсутність українських шкіл у Росії спорідненістю мов. 29 квітня 2009 р. *Українська правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2009/04/29/3913088/>

52. Назаретян А.П. Социальные стереотипы в информационно-смысловой системе личности. Материалы всесоюзного симпозиума “Актуальные проблемы социальной психологии”. Часть 1. Кострома, 1986. 125 с.

53. Нарис теорії і практики інформаційно–психологічних операцій / Дзюба М.Т., Жарков Я.М., Ольховой І.О., Онищук М.І.: Навчальний посібник / за заг. ред. В.В. Балабіна. К.: ВІТІ НТУУ “КПІ”, 2006. 471 с.

54. Никитин М.В. Курс лингвистической семантики. СПб.: Научный центр проблем диалога, 1996. 760 с.

55. Новиков Д.В., Иванов А.В. Психология массовых коммуникаций. Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ, 2013. 76 с.

56. Новоселева А.Г. Оказиональные и потенциальные слова в советской публицистике: Дис...канд. филол. наук.: 10.02.01. Черновцы, 1986. 332 с.

57. О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 № 203. URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/41919>

58. ОУН-УПА*: миф и реальность — «Украинство...» Глава XVII (14 марта 2022). ИА Красная Весна. URL: <https://rossaprimavera.ru/article/2c0306ca>

59. Павиленис Р.И. Проблема смысла: современный логико-философский анализ языка. М.: Мысль, 1983. 286 с.

60. Падун М., Тарабрина Н. Психическая травма и базисные когнитивные схемы личности. *Московский психотерапевтический журнал*. № 1, 2003. С. 121-141.

61. Парахонський Б, Яворська Г. Онтологія війни і миру: безпека, стратегія, смисл: монографія. Київ: НІСД, 2019. 560 с.

62. Піддубний Олександр. Теорія культивування (Cultivation Theory). *Piddubny.com*. 01.10.2015. URL: <https://www.piddubny.com/teoriya-kultyvuvannya-cultivation-theory/>

63. Подільська Соломія. Руйнуємо топ-3 російські наративи про український Крим. *АрміяInform*. 30 липня 2020. URL: <https://armyinform.com.ua/2020/07/30/rujnuємо-top-3-rosijski-naratyvy-pro-ukrayinskyj-krym/>

64. Полонені російські військові: відео зізнань про злочини в Україні (2022). *Район IN UA*. URL: <https://rayon.in.ua/news/496599-poloneni-rosiyski-viyskovi-video-ziznan-pro-zlochiny-v-ukraini>

65. Попова З.Д., Стернин И.А. Язык и национальная картина мира. Воронеж: Изд-во “Истоки”, 2002. 59 с.

66. Почепцов Г. Имиджология. М. К., 2001. М.: Ваклер; К.: Рефл-бук, 2001. 656 с.

67. Прищепа, Г. “Мова ненависті” як лінгвістичний маркер “гібридної війни”. *Психолінгвістика*. Psycholinguistics. Вип. 22 (2), 2017. С. 98-112.

68. Ремовська Олена. «Повністю підконтрольне голосування»: кримський «референдум» сім років по тому. Крим. Реалії. 17 березня 2021 р. URL: <https://ua.krymr.com/a/krymsky%D1%96-referendum-s%D1%96m-rokiv-po-tomu/31155848.html>

69. Римар С.П. Морально-філософське осмислення проблеми когнітивного дисонансу. Наукові записки. Вип. 14. Кіровоград: КНТУ, 2013. С. 98-101. URL: http://www.kntu.kr.ua/doc/nauk_zap_14/14_13.pdf

70. Рогожин Виктор. О преступлениях ОУН-УПА. *Наша история*. 07.02.2016. URL: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ePEYbQi_YaYJ:https://www.ritmeurasia.org/news--2016-02-07--o-prestuplenijah-oun-upa-dokumentalno-21782&hl=uk&gl=ua&strip=1&vwsrsc=0

71. Росія проти Майдану: історія інформаційної війни. *iPress.ua*. 8 квітня 2014. URL: https://ipress.ua/mainmedia/rosiya_proty_maydanu_istoriya_informatsiynoi_vijny_58729.html

72. Росія готувала людей до війни та геноциду українців протягом багатьох років – правозахисники. *Zmina*. 6 червня 2022. URL: <https://zmina.info/news/rosiya-gotuvala-lyudej-do-vijny-ta-genocyzdu-ukrayincziv-protyagom-bagatoh-rokiv-pravozahysnyky/>

73. Рубцов Юрий. Боевики ОУН-УПА в одном строю с гитлеровцами. Фонд стратегической культуры. 03.04.2022. URL: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:UOYokzdiKsJ:https://www.fondsk.ru/news/2022/04/03/boeviki-oun-upa-v-odnom-stroju-s-gitlerovcami-55909.html&hl=uk&gl=ua&strip=1&vwsrsc=0>

74. Сагдиев Тимур. Борцы с детьми: как бандеровцы воевали с советскими школьниками. *Русская семерка*. 17.01.2022. URL: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:HNaI_24Q0XUJ:https://russian7.ru/post/borcy-s-detmi-kak-banderovcy-voeva/&hl=uk&gl=ua&strip=1&vwsrsc=0

75. Саноцька Н.Я. Контури постправди в інформаційному суспільстві. Актуальні проблеми філософії та соціології (20). 2017. С. 108-111. DOI: <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i.799>

76. Світова гібридна війна: український фронт / за заг. ред. В. П. Горбуліна. Нац. ін-т стратег. дослідж. Київ: НІСД, 2017, 496 с.

77. Семен Н.Ф. Російські інтернет-ресурси як чинник інформаційної війни проти України. Дис. на здоб. наук. ступеня канд. наук із соціальних комунікацій. 27.00.01. – теорія та історія соціальних комунікацій. Рівне. 2018. 260 с.

78. Сенченко О. Новітні війни з використанням інформаційно-психологічної зброї. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 8. URL: https://lib.nadpsu.edu.ua/eldocs/BooksShow4/vkp_2014_8_11.pdf

79. Сологуб Ілона. Криве дзеркало російської пропаганди: слова, що вбивають. *ВоксУкраїна*. 5 серпня 2022 р. URL: <https://voxukraine.org/kryve-dzerkalo-rosijskoyi-propagandy-slova-shho-vbyvayut/>

80. Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій: практичний посібник / [Л. Компанцева, О. Заруба, С. Череватий, О. Акульшин; за заг. ред. О. Давліканової, Л. Компанцевої]. Київ: ТОВ «ВІСТКА», 2022. 278 с.

81. Суспільно-політичний вимір протидії мові ворожнечі (нетерпимості) в Україні). Аналітична записка. *НІСД*. 13.12.2016. 13 с. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/politika/cuspilno-politichniy-vimir-protidii-movi-vorozhnechi-neterpimosti-v-ukraini>

82. Тейлор Адам. Теорія «золотого мільярда». Як її експлуатує Путін. *Главком*. 27 липня 2022 р. URL: <https://glavcom.ua/publications/teorija-zolotoho-miljarda-jak-jiji-ekspluatuje-putin-863492.html>

83. Ткачук Руслан. Сім міфів кремлівського агітпропу про російсько-український конфлікт. *АрміяINFORM*. 26 січня 2022. URL: <https://armyinform.com.ua/2022/01/26/sim-mifiv-kremlivskogo-agitpropu-pro-rosijsko-ukrayinskyj-konflikt/>

84. Турецкие кураторы явились проверить «татаризацию» Херсонщины. *Новоросс.info*. URL: <http://www.novoross.info/herson/34195-tureckie-kuratory-yavilis-proverittatarizaciyu-hersonschiny.html>

85. Фейки та мова ворожнечі: як висвітлюють Україну в медіа окупованих територій Донбасу. *Інститут масової інформації*. 21.05.2019. URL: <https://imi.org.ua/articles/feyky-ta-mova-vorozhnechi-iak-vysvitliuiut-ukrainu-v-media-okupovanykh-terytoriy-donbasu-i47>

86. Филиал ИГИЛ у Крымского перешейка. *Политическое обозрение*. URL: <https://politobzor.net/67471-filial-igil-u-krymskogo-peresheyka.html>

87. Фромм Еріх. Мати чи бути? / пер. з англ. Київ: Укр. письменник, 2010. 222 с.

88. Херсонщину захватывают крымские татары исламисты. *ua-reporter*. URL: <http://www.ua-reporter.com/print/193431>

89. Холодная, М. А. Психология интеллекта: парадоксы исследования. Томск: Изд-во Томск. ун-та; М.: Барс, 1997. 392 с.

90. Хрустальова, Анна. «УНІАН-Релігії». Відповіді благочинного Севастопольського округу Української Православної Церкви протоієрея Сергія Халюти на питання проекту «УНІАН-Релігії». 1025 років тому у Херсонесі відбулося диво. *УНІАН*. 26.04.2013. URL: <https://religions.unian.ua/orthodoxy/782773-1025-rokiv-tomu-u-hersonesi-vidbulosya-divo.html>

91. Худолій А.О. Функціональні зміни у мові американської публіцистики кінця ХХ – початку ХХІ ст. Острог: Вид-во НаУОА, 2006. 368 с.

92. Худолій А.О. Політичні стереотипи у геостратегії США. Острог: Вид-во НаУОА, 2009. 148 с.

93. Цуладзе А. Политическая мифология. Москва: Эксмо, 2003. 384 с.

94. Чорна Мар'яна. Російська фейкова духовність і фальшивий консерватизм. *Християни для України*. 2022. URL: <https://c4u.org.ua/rosijska-fejkova-duhovnist-i-falshyvyy-konservatyzm/>

95. Що таке мова ворожнечі та як з нею боротися? ООН Україна. 13 листопада 2021. URL: <https://ukraine.un.org/uk/168160-shcho-take-mova-vorozhnechi-ta-yak-z-neyu-borotysya>

96. Язык вражды в информационном пространстве Крыма: Информационно-аналитический доклад о распространении языка вражды на территории Крымского полуострова (март 2014 – июль 2017) / Под общей редакцией И. Седовой и Т. Печончик. Киев, 2018. 40 с.

97. Ястремська, Таїсія. Когнітивні спотворення: 6 основних фільтрів мозку від реальності. *Fund Media*. 10 жовтня 2018. URL: <https://kfund-media.com/kognityvni-spotvorennya-6-osnovnyh-filtriv-mozku-vid-realnosti/>

98. Abelson R. Psychological Implication. Abelson R. et al. (eds.). *Theories of Cognitive Consistency*. Chicago: Rand McNally. 1968. P. 112-139.

99. Aliaksandrau Andrei. Brave new war: The information war between Russia and Ukraine. *Index on Censorship*. Vol. 43 (4): 56-60. December 15, 2014. <https://doi.org/10.1177/0306422014560963>

100. Coulardeau Jacques. No Cognition Without Communication. *Psychology Research*. Vol. 8, No. 9. September 2018. DOI: 10.17265/2159-5542/2018.09.001

101. Drew Chris. Lasswell's Model Of Communication – 5 Key Features. July 6, 2022. URL: <https://helpfulprofessor.com/lasswell-model-of-communication/>

102. Epstein S. Cognitive experiential self-theory. In L. A. Pervin (Ed.). *Handbook of personality: Theory and research* (p.165-192). New York, Guilford, 1990.

103. Hamilton D.L., Trolie T. K. Stereotypes and stereotyping: An overview of the cognitive approach // In J.F. Dovidio and S.L. Gaertner (Eds.). *Prejudice, discrimination, and racisms*. New York and Orlando, FL: Academic Press, 1986. P. 127–163.

104. Holsti O. R. *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading, Mass, etc.: Addison-Wesley Pub. Co., 1969. 235 p.

105. Lakoff G., Johnson M. *Philosophy in the Flesh. The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*. N.Y.: Basic Books, 1999. 624 p.

106. Lasswell, H. D. *The Structure and Function of Communication in Society*. In: Bryson, L. (Ed.) *The Communication of Ideas: A Series of Addresses* (C/ 37-51). New York, 1948. 296 p.

107. Lasswell H. D. The uses of content analysis data in studying social change. *Social Science Information*, 7, 57–70, 1968.

108. Lippmann W. *Public opinion*. N.Y.: Harcourt Brace, 1922. 422 p.

109. Moscovici S. The history and actuality of social representations. *The psychology of the social* / Ed. by U. Flick. Cambridge: Cambridge University Press, 1998. P. 209–247.

110. Neisser Ulric Cognitive psychology. New York, Appleton-Century-Crofts, 1967.

111. Pomerantsev Peter, Weiss Michael. The Menace of Unreality: How the Kremlin Weaponizes Information, Culture and Money. N.Y.: The Institute of modern Russia, 2014. 49 p.

Джерела прикладів ілюстративного матеріалу

112. Интервью Владимира Путина радио «Европа-1» и телеканалу TF1 (4 июня 2014 г.). Москва. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/45832>

113. Маргарита Симоньян о включении в состав России освобождённых территорий Украины. 24 июня 2022 г. *RUTUBE*. URL: <https://rutube.ru/video/d807a8a041ddc6734eec566b95718921/>

114. Маргарита Симоньян о спецоперации на Украине в программе 'Вечер с В. Соловьевым'. 24 марта 2022 г. *RUTUBE*. URL: <https://rutube.ru/video/187d5b05de1d4d9cda7ac75a0d1de2f3/>

115. Обращение Президента Российской Федерации (18 марта 2014 г.). Стенограмма. Москва. URL: <http://kremlin.ru/events/president/transcripts/20603> 16.07.2022

116. Обращение Президента Российской Федерации (21 февраля 2022 г.). Москва. Кремль. URL: <http://kremlin.ru/events/president/transcripts/67828>

РОЗДІЛ 2

ФЕНОМЕН ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

У сучасних війнах відбувається зміщення центру тяжіння з фізичного силового складника, який переважає у традиційних війнах, на ментальний та інформаційний. Сучасна війна – це війна *у мізках і за мізки*. Це війна за когнітивний та комунікативний контроль, за владу над свідомістю людей, їхніми емоціями, мисленням, розумом і, відповідно, над їхньою поведінкою. Це боротьба за домінування певних уявлень про світ та події в соціальному й індивідуальному довкіллі і одночасне руйнування протилежних, *ворожих* точок зору та думок [Парахонський, Яворська, 2019: 20].

Посилення інформаційних війн зумовлена сучасними викликами перед державами. Згідно теорії мережевих війн сучасні конфлікти відбуваються в чотирьох сферах – фізичній, інформаційній, когнітивній і соціальній. Вирішальний ефект досягається за рахунок системного використання усіх цих елементів. Згідно із метою монографії, нас цікавить три сфери: когнітивна, інформаційна та соціальна.

Фізична сфера є традиційною для війни, саме в ній відбувається зіткнення фізичних сил у часі та просторі. Інформаційна сфера “складається з самої інформації; осіб, організацій та систем, які отримують, обробляють та передають інформацію; а також когнітивного, віртуального та фізичного простору, в якому це все відбувається” [IMSM-0129-2018]. Когнітивна – це “ментальна сфера особи, яка приймає рішення, та цільова аудиторія (ЦА), у межах якої люди думають, сприймають, уявляють та вирішують”. Соціальна сфера охоплює низку факторів, серед яких – соціальні, культурні та поведінкові фактори, що характеризують ставлення та діяльність населення конкретного регіону або оперативного середовища [DOD Dictionary of Military and Assoc. Terms, 2021].

Геополітичний авторитет держави на міжнародній арені, її можливості впливати на світові події у сучасних умовах залежать не тільки від економічної і військової могутності. Дедалі більшої ваги набувають не силові, а інформаційні фактори: можливість ефективно впливати на інтелектуальний потенціал інших країн, поширювати і впроваджувати в суспільну свідомість відповідні духовні й ідейні цінності, трансформувати і підривати традиційні підвалини націй і народів [Дзюба, Жарков, 2006 :17].

2.1. Інформаційна війна

Інформаційна війна – це передусім вплив. Інформаційний вплив може бути трьох видів: 1) зміна в потрібному напрямі вихідних даних, які використовує керована система для прийняття рішень. Наприклад, стосовно противника: погрози (реальні і надумані); різні види інформаційного тиску; конструювання вихідної обстановки, у якій противник приймає рішення тощо; 2) вплив на сам процес прийняття рішень у керованій системі. Наприклад, стосовно противника: вплив на алгоритм прийняття рішень (заміна на менш ефективний); зниження рівня стійкості елементів, відповідальних за прийняття рішень тощо; 3) різні поєднання перших двох видів [Дзюба, Жарков, 2006:144].

Мета інформаційних впливів – не стільки захват територій, скільки *самодезорганізація* противника, заміна системи перспективних цінностей держави (регіону)-мішені базовими конструктами держави-ініціатора, у випадку України – цінностями *слов'янської єдності й руського миру*. На практиці це здійснюється із застосуванням системи організаційних, пропагандистських, психологічних, інформаційних впливів на державу-ціль, що змушують її рухатися в необхідному для протилежної сторони руслі. За допомогою цих впливів можна спрямувати політику противника в стратегічний глухий кут, знекровити економіку, загальмувати діяльність оборонної промисловості, представити зростання суспільної самосвідомості як зростання націоналізму, спотворити основи національної культури (наприклад, навішуванням ярликів *укрофашистів й бандерівців*), створити серед частини населення

п'яту колону. У результаті скоординованих дій у державі повинна виникнути ситуація внутрішньополітичного, економічного й психологічного хаосу [Компанцева, Заруба, 2022: 33].

Інформаційний вплив як процес керування – це збудження (гальмування) у керованій системі таких процесів, що стимулюють бажаний для сторони здійснення впливу вибір. Цей вплив на противника не припускає прямого виведення з ладу частини елементів його системи, але є передачею противнику такої інформації, що наштовхне його на вибір певного рішення, за якого ці елементи втратять свою ефективність.

Інформаційна війна – це комплекс заходів і операцій, здійснюваних у конфліктних ситуаціях, у яких інформація одночасно і зброя, і ресурс і мета. Аналіз різновидів інформаційної зброї показав велику небезпечність і різноманітність її видів, каналів її впливу – від ЗМІ до методів та засобів впливу на свідомість і підсвідомість людей, що вкрай небезпечно через брак засобів контролю цих процесів.

Інформаційну війну тлумачать в широкому і вузькому значенні. Так, у широкому розумінні – це форма боротьби, що охоплює спеціальні (політичні, економічні, дипломатичні, технологічні, військові й інші) методи, способи і засоби впливу на інформаційну сферу конфронтуючої сторони й захисту власної в інтересах досягнення поставлених цілей. У широкому – політичний конфлікт у сфері геополітичного протиборства між державами, головною ознакою якого виступає насильницький вплив на супротивника [Лисенко В. Застосування інформаційно-психологічних прийомів задля відстоювання інтересів держави, 2006]. У вузькому розумінні (в оборонній сфері) інформаційна боротьба – це комплекс заходів інформаційного характеру, здійснених з метою захоплення й утримання стратегічної ініціативи, досягнення інформаційної переваги над супротивником і створення сприятливого пропагандистського підґрунтя для підготовки й ведення бойової та іншої діяльності збройних сил. Тобто, ці заходи передують військовій дії та супроводжують її у повсякденній практиці.

Інформаційна війна передбачає наявність інформаційного середовища, яке в умовах гібридної війни виходить за медійні межі,

охоплюючи всі сфери публічної комунікації. Публічний дискурс охоплює будь-яку публічну комунікацію (усі види медіа, соціальні мережі, публічні виступи, політичні дебати, офіційну частину дипломатичної активності). Він є механізмом для обміну смислами, для конструювання ідентичностей і створення версій розуміння подій [Парахонський, Яворська, 2019: 16].

Інформаційна війна спрямовано на встановлення інформаційного та соціального контролю. Під впливом хибної інформації цільовій аудиторії нав'язують аргументований шлях концептуалізації та оцінювання, проте адресат спрямовують у потрібному напрямку. При цьому, адресат вважає, що сам свідомо здійснює ментальні операції і дії. А готове рішення не нав'язується, а начебто пропонується як логічно обґрунтований результат діяльності.

Феномен інформаційної війни пов'язаний з таким поняттям як консцієнтальність (лат. *conscientia* – свідомість, совість), тобто орієнтованість загрози на враження свідомості ЦА, впровадження певної ідеології, деструктивних наративів і меседжів. Консцієнтальні загрози спрямовані на знищення самоідентифікації, самовизначення людини та нації, що є однією з цілей гібридної війни – коли людина втрачає власну ідентичність, виникає можливість навіювання їй будь-якої іншої. Відбувається *“зіткнення смислів і примноження невизначеності, і від того, яка концепція стратегічних уявлень та значень домінує в головах політиків, залежать і рішення, що приймаються на їхній основі, і практичні дії, які здійснюватимуться на основі цих рішень”* [Парахонський, Яворська, 2019: 8].

Інформаційна війна спрямована на маніпуляцію громадською думкою. Вона вимальовує власну реальність, вигідну для країни-агресора, і загрозову для країни, що потерпає. Її головна мета – це створення хаосу у людській свідомості і генерування різних провокацій для того, щоб здобути якомога більшу кількість прихильників.

Об'єктами інформаційної війни є: соціальна структура суспільства; політична система держави; сукупність духовних цінностей нації, народу; масова й індивідуальна свідомість громадян; інформаційно-комунікативна інфраструктура; інформаційні ресурси;

інформаційні та психологічні процеси; психічне здоров'я нації [Квіткін, Лук'яненко, 2021: 388].

Одна з базових характеристик інформаційної війни – розмивання концепту правди. Мета полягає не в тому, щоб запустити інші версії правди, а в тому, щоб розмити саме поняття правди, *“... не переконати, як у класичній пропаганді, а зробити інформаційне поле брудним. За допомогою конспірології, страхів, ірраціональних рухів засмітити його так, щоб неможливо було привести раціональний аргумент на тему майбутнього Донбасу, наприклад, або ролі НАТО у Східній Європі”* [Pomerantsev, 2015].

Сучасна інформаційна війна є комплексним застосування сил і засобів, якими володіє суперник. На відміну від збройної, інформаційна боротьба ведеться як у мирний, так і воєнний час. У загальній ієрархії важелів впливу на міжнародні, регіональні і внутрішньодержавні справи, події і явища інформаційні засоби посідають третє місце після концептуальних і ідеологічних механізмів впливу, але перевершують по своїй ефективності і результативності економічний, військовий, політичний і дипломатичний фактори [Дзюба, Жарков, 2006 :17].

Багатооб'єктність і багатоаспектність, масштабність ураження, універсальність, низька вартість, що поєднані з чітко визначеною спрямованістю і вибірковістю, невичерпаність інформаційних ресурсів за їх безперервного поповнення, миттєвість здолання великих відстаней, цілеспрямоване використання ресурсів супротивника – основні відмінності інформаційно-психологічних війн від будь-яких інших [Лисенко, 2006].

Окрім латентності, до головних ознак інформаційної війни відносимо насильницьке викривлення інформаційного простору об'єкту впливу та використання психофізіології людини для досягнення мети інформаційно-психологічного впливу.

Ідея проведення інформаційних кампаній народжується із постійного аналізу поточної ситуації, військової, внутрішньополітичної, зовнішньополітичної тощо. Основним інструментом ведення інформаційної війни є інформаційна зброя. До *інформаційної зброї* ми будемо відносити, по-перше, засоби інформаційно-технічного характеру, які знищують, перекручують або викрадають

інформацію, не зважаючи на систему захисту, обмеження доступу до цієї інформації законних користувачів. По-друге, це безперечно інформаційно-психологічні засоби, які дезорганізують інформаційні системи шляхом дезінформації, формування помилкових логічних інформаційних концепцій, інтерпретацій та ін., впливаючи таким чином на суспільну думку, на життя суспільства, держави або групи держав в цілому. Почасти інформаційна зброя виступає в ролі розповсюджуваної дезінформації в системі формування суспільної свідомості й прийняття рішень. Особливу небезпеку в даному випадку становлять дані, що надходять для органів державної влади, оскільки від їхньої достовірності залежить поінформованість і здатність даних органів приймати вірні рішення і вживати своєчасні заходи по управлінню державою. Також до інформаційної зброї зараховують й сукупність спеціальних способів і засобів впливу на психіку суспільства та держави в цілому [Ліпкан, 2009: 256].

Зброя інформаційна – сукупність технік і технологій інформаційного впливу на інформаційну інфраструктуру та інформаційне поле певної території чи держави, на психіку, свідомість і підсвідомість її населення задля дестабілізації інформаційного простору з подальшим завданням шкоди суспільно-політичній системі та збройним силам [Панчук, 2022]. Показниками інформаційної зброї є цілеспрямованість, вибірковість, прихованість, розосередженість, масштабність впливу, універсальність, досяжність, швидкість доставки, комплексність впливу на людей, технічні засоби і системи; можливість регулювання (дозування) потужності впливу тощо, що визначає її як зброю масового ураження. Прихованість передбачає досягнення мети без привернення до себе уваги; масштабність – поширення шкоди на будь-які території та сфери життєдіяльності; а універсальність – одні й ті самі техніки та технології використовують для знищення як військових, так і цивільних структур.

Особливості інформаційної зброї схематично показано на рис. 2.4.1. [Дзюба, Жарков, 2006:136].



Рис. 2.4.1. Особливості інформаційної зброї

Універсальність досягається фізичним вторгненням в інформаційне поле противника та його блокадою ззовні. Прихованість забезпечується схожістю природних помилок програмування і навмисного спотворення програм. Багатоваріантність виявляється в широкій різноманітності форм програмної реалізації засобів спеціального впливу. Радикальність дії полягає в тому, що можна фактично вивести з ладу всю сукупність керованих елементів. Псевдовибірковість означає, що глобальні наслідки негативно позначаться і на інформаційному ресурсі країни в цілому. Здатність вільного просторово-часового маневру – це можливість приведення засобів ПМВ в дію в будь-яких умовах. Економічність розкривається через вигідне для атакуючої сторони співвідношення витрат і одержуваного при цьому ефекту, порівнянного з очікуваною катастрофою для країни, об'єкта впливу.

Інформаційно-психологічна зброя спрямована на придушення, знищення, дезорганізацію, дезорієнтацію, дезінформацію,

дезадаптацію об'єкта впливу. Вона порушує психічне здоров'я, спонукає до спонтанних, немотивованих, агресивних (чи антисоціальних) дій, спричиняє тимчасові або незворотні зміни в свідомості особистості [Воробйова, 2010: 144]. Таким чином здійснюється прораховане маніпулювання інформаційними потоками в інформаційному просторі, що призводить до руйнування традиційних цінностей у суспільстві.

Інформаційна війна проти України. Інформаційна війна проти України розпочалася задовго до відкритого військового конфлікту. На самому початку, з моменту проголошення незалежності України, російські канали супутникового мовлення, радіо, телебачення та російські ЗМІ транслювали передачі, насичені викривленою ідеологією, спрямовані на підлив загальнолюдських цінностей, нагнітання міжетнічної ненависті, маніпулювання мовними, релігійними питанням. Україна виявилася досить вразливою до російської інформаційної агресії.

Російська інформаційна війна розпочалася задовго до 2014 р. Було кілька кампаній так званих *газових війн*, з витіснення українських виробників зброї з ринку та ін. З початком протестів в Україні восени 2013 р. невідомі *активісти* активно дискредитували ідеї Євромайдану. З початком бойових дій та збройної агресії Росії проти України зросла кількість цілеспрямованих кібератак проти урядових сайтів, сайтів ІСБО України, неурядових організацій та ін. Вони були спрямовані на викрадення інформації, баз даних військовослужбовців та даних про озброєння та техніку військових частин [Компанцева, Заруба, 2022: 145].

Інформаційні операції Росії підтримували дії незаконних збройних формувань та введених на територію України угруповань ЗС Росії. Серед найбільших кампаній упродовж 2014-2021 рр. слід зазначити: інформаційну кампанію на підтримку сепаратистського руху *Русская весна*; пропагандистську кампанію щодо проведення незаконних референдумів на окупованих територіях; інформаційну кампанію з підтримки мобілізації до лав незалежних збройних формувань (НЗФ); інформаційний супровід псевдодержавних утворень так званих ДНР та ЛНР; кампанії з героїзації загиблих ватажків бойовиків (Захарченка, Мотороли, Гіві);

постійну кампанію з дискредитації дій ЗСУ на Донбасі та звинувачення в жертвах серед цивільного населення; інформаційні кампанії з супроводу свят псевдодержавних утворень; інформаційний супровід роботи зі шкільною та студентською молоддю; загальну *антифашистську* кампанію; інформаційний вплив на західну ЦА тощо [Компанцева, Заруба, 2022: 144].

Російська Федерація, здійснюючи конвенційну та інформаційну війну проти України, має на меті: 1) створити атмосферу зневаги до українського слова, культури, історії та державності, нав'язуючи ідеї про всемогутність та прогресивність Росії; 2) намагається посилити політичну напругу, недовіру та зневагу до української влади з боку населення; 3) стимулює розбрат між політичними партіями в Україні; 4) провокує соціальні, національно-етнічні сутички; 5) ініціює акції непокори та масових заворушень; 6) нівелює імідж та авторитет України в очах інших країн; 7) створює опозиційні до конституційної української влади групи; 8) фальсифікує факти історичної спадщини, висміює здобутки українського народу; 9) намагається змінити систему людських цінностей українців; 10) применшує та замовчує світові досягнення України в науці, техніці та інших галузях; 11) акцентує увагу на поразках України, замовчує її досягнення; 12) формує серед військових зневіру до перемоги України над Росією; 13) нав'язує свій спосіб життя, поведінки, світогляду як апріорі істинних речей; 14) поширює паніку, підриває моральний дух і віру українців у перемогу; 15) завдає шкоди інформаційній безпеці України [Семен, 2018: 27-28].

Отже, інформаційна війна є комплексним поняттям. Вона характеризується широким діапазоном форм і засобів спеціально-го впливу, які спрямовані на підрив української держави.

2.2. Принципи інформаційного протистояння

Західними фахівцями інформаційно-психологічна війна визначається як найвища форма інформаційного протистояння, її основними ознаками є багатооб'єктність і багатоаспектність, масштабність територіального покриття, що поєднуються з чітко

визначеною спрямованістю і вибірковістю об'єктів ураження [Копан, Мельник, 2016: 94].

Інформаційна війна ґрунтується на певних принципах, тобто науково обґрунтованих положеннях, правилах, рекомендаціях щодо її підготовки і ведення. Вони відображають істотні, об'єктивні, повторювані зв'язки, відносини дійсності. Характерним є те, що принципи не лише відбивають об'єктивний зв'язок, але й пропонують, як слід діяти в конкретних умовах для досягнення тієї або іншої мети.

Зміст і масштаби завдань інформаційної війни припускають наявність значну кількість принципів її ведення. Основний принцип інформаційної війни полягає у відповідності її цілей і завдань воєнно-політичним цілям, зовнішньо- та внутрішньополітичним. Цей принцип добре ілюструє початок воєнних дій Росії проти України в 2014 році із захопленням Криму та частини Донецької та Луганської областей. Інформаційний супровід у згаданих подіях був спрямований на пояснення доцільності здійснення тих воєнних операцій, їхньої необхідності і важливості для Росії, жителів Криму та Донбасу. Слід зауважити, що інформаційний вплив на світове співтовариство, окремі країни, регіони, цільову аудиторію та Україну розпочинався і закінчувався задовго до початку і закінчення безпосередніх бойових дій. У Криму інформаційна кампанія розпочалася за 6 років, на Донбасі – за три роки до початку військового втручання.

Другим, за важливістю, принципом інформаційної війни є необхідність зосередження сил у вирішальному місці та у вирішальний момент. Цей принцип є відображенням об'єктивного закону нерівномірності розподілу сил у просторі та часі [Требін, 2013: 194]. У сучасних умовах зміст цього закону поглиблюється, а практичне значення – зростає. Про це красномовно свідчать події в лютому 2022 року, коли Росія зосередила біля кордонів України понад 130 тисяч військових, значну кількість техніки і при цьому продовжила транслювати наратив про військові навчання, загрозу з боку українських нацистів, НАТО та ворогів навколо країни. Розгорнута система інформаційного забезпечення за відсутності будь-якої значної протидії з боку України дозволила оперативно

доводити до органів управління військами і зброєю ЗС РФ досить повну, достовірну, своєчасну і точну інформацію стосовно обстановки в Україні, її керівного складу, стану ЗС України, суспільної думки тощо, що суттєво вплинуло на успішне виконання початку повномасштабної війни Росії проти України. З метою поширення дезінформації широко використовувалися радіо і телебачення.

Одним із фундаментальних принципів інформаційної війни є всебічна завчасна підготовка її сил і засобів. Цей принцип відбиває залежність перебігу і результату інформаційної війни від співвідношення матеріальних, духовних та бойових можливостей протиборчих сторін. Наприклад, вже зараз відомо, що виступ Путіна 24 лютого 2022 року про початок війни був записаний за день до початку повномасштабної війни РФ проти України, в той час як інформаційна служба РФ підготувала варіанти заяв для преси, де було викладено версія Москви щодо причин спеціальної воєнної операції (повномасштабне вторгнення) на сусідню територію. Задовго до того, як російські війська перетнули кордон України, російські ЗМІ, посольства, консульства вже мали комплекти обґрунтувань і пояснень спеціальної операції, підготовлені різними мовами.

Вранці 24 лютого Володимир Путін повідомив про початок військової операції на Донбасі. При цьому він заявив, що *у плані Росії не входить окупація України*. Промова президента Росії Володимира Путіна про початок військової операції на Донбасі була записана ще 21 лютого. Про це повідомляє російське видання “Нова газета”.

Мова Путіна про оголошення війни була записана ще ввечері 21 лютого, у понеділок. Переконатися в цьому можна, завантаживши відео із сайту Кремля та перевіривши його властивості, – пишуть журналісти [Промова Путіна про оголошення війни була записана ще 21 лютого, 2022].

Не менш важливим є принцип високої активності і рішучості у ході ведення інформаційної війни, який зумовлений її цілями. Відомо чимало прикладів, коли сумніви, коливання, вичікування та пасивність щодо застосування ефективних заходів протидії супротивнику призводили до важких наслідків, а інколи і до

повної поразки. Слід зазначити, що вимоги високої активності і рішучості стосуються як захисту власної інформації, так і впливу на інформаційний ресурс конфронтуючої сторони. Водночас, за таких умов, часто використовують дезінформацію, яка вводить в оману суперника. Так, російська розвідка в ході війни проти України в 2022 році активно поширювала в ЗМІ чутки про те, що українські військові бомбардують мирні донецькі та луганські міста, вбивають дітей, чого тільки вартий випадок про *розп'ятого хлопчика та катування його матері*. Ця інформація виявилась фейком.

Історія трапилася в липні 2014 році, коли Галина Пишняк, уродженка Закарпаття, розповіла на камеру російським пропагандистам, як українські військові на площі в Слов'янську нібито “розп'яли маленького хлопчика”: “Один прибивав, а ще двоє тримали”. Звичайно ж, ніяких доказів цьому пропагандисти не надали, але із задоволенням крутили цю тему, намагаючись дискредитувати Україну. Ввечері 12 липня 2014 року на “Першому каналі” РФ було показано сюжет “Біженка зі Слов'янська згадує, як при ній стратили маленького сина та дружину ополченця”. У ньому вище згадана жінка розповіла про події, що нібито відбувалися одразу після того, як українські військові вибили російських терористів Гірка із Слов'янська. Повторно його показали на “Першому каналі” наступного дня, 13 липня 2014 року, в щотижневій інформаційній програмі Іради Зейналової. Як з'ясували журналісти “Нової газети” та інтернет-ресурсу Slon.ru, незадовго до цього аналогічні повідомлення вже з'являлися в соціальних мережах. 9 липня, прихильник “Російської весни”, Олександр Дугін опублікував у Facebook текст про розп'яття в Слов'янську шестирічного хлопчика і розстріл всіх чоловіків Слов'янська молодше 35 років. 11 липня аналогічна розповідь була розміщена в спільноті “ВКонтакте” рос. “Сводки от Стрелкова”.

Відвідавши прифронтовий Слов'янськ кореспондент “Нової газети” Євген Фельдман опитав кілька десятків місцевих жителів, і жоден з них не підтвердив інформацію з гучного сюжету. Аналогічний результат мало розслідування, проведене журналістами “Дощу”. Ніяких результатів не дали пошуки документальних матеріалів з Інтернету, котрі могли б підтвердити цю історію, хоча

фото і відеоматеріали про дії українських військових у Слов'янську доступні у великих кількостях. Також журналісти “Бі-бі-сі” та “Нової газети” виявили, що деякі твердження сюжету явно не відповідають дійсності [див. Вейкфілд, 2018]. Наприклад, в Слов'янську відсутня площа Леніна, на яку нібито зігнали місцевих жителів. Питання про цей сюжет знову виникли 18 грудня 2014 року, під час чергового спілкування В. Путіна з пресою. Ксенія Собчак привела його як приклад розпалювання ворожнечі на російському телебаченні. Однак питання залишилося без відповіді і це ще раз підтверджує той факт, що російська пропаганда активно використовує брехню для дискредитації ЗСУ і загалом України. До речі, слід зазначити, що *славнозвісна* Галина Пишняк виявилася дружиною одного з проросійських бойовиків.

Журналіст Девід Саттер в своїй книзі “Чим менше ви знаєте, тим краще ви спите: шлях Росії до терору і диктатури при Єльцині і Путіні” висловив думку, що телесюжет мав на меті розпалювання націоналістичної істерії. З цією думкою згодна і публіцист Лінда Кінстлер, яка відзначала в журналі “The Atlantic”, що телесюжет встиг поширитися по російському інтернету, посиливши антиукраїнські настрої і налаштувавши населення на підтримку бойових дій.

Серед принципів інформаційної війни слід згадати принцип узгодженого спільного застосування різних видів і типів сил та засобів її ведення. Цей принцип є одним із ключових, оскільки розв'язання абсолютної більшості завдань вимагає залучення різних за кількістю та якістю сил і засобів, узгодження їх дій. Відповідно до цього принципу для забезпечення надійного виконання будь-якого завдання необхідна досить чітка організація взаємодії і діяльності органів управління. Прикладом дії вище згаданого принципу може слугувати ситуація з російським танком в Нарві.

16 серпня в естонській Нарві демонтували вкрай важливий для російської громади монумент радянському танку Т-34. Місто розташоване на кордоні з РФ і має найбільшу кількість етнічних росіян, аніж будь-яке інше місто в Естонії. Через те, що спроби центральної влади мінімізувати ризики та знайти компроміс із нарвськими росіянами провалилися, Таллінн вирішив діяти жорстко. Демонтаж танка відбувся без особливих проблем. Під час цього процесу було

затримано дев'ять осіб, під час нічного мітингу – ще двох. Ситуація у місті залишалася контрольованою, а ризики силових протестів виявилися мінімальними, проте вони існували. В даному контексті слід пригадати масові погроми у Таллінні у 2007 році (так звана “бронзова ніч”), вчинені місцевими росіянами та гастролерами з РФ у відповідь на перенесення іншого радянського монумента. В день перенесення монумента танка (16 серпня 2022 року) було закрито пункт перетину кордону з РФ у Нарві – в уряді не хотіли допустити повторення подій 2007 року, коли ключову роль у протестах відігравали футбольні фанати з РФ. Бензину в багаття підливало і посольство РФ, де звично звинуватили естонську владу в “реабілітації нацизму” та “ганебній війні з історичною правдою” [Чому уряд Естонії не пішов на поступки проросійській Нарві, 2022].

Втім до 17 серпня 2022 року, ситуація ще далека від вирішення. Так звані “ветерани пам’ятника” не відходили від танка ні на хвилину. Як мінімум близько десятка людей постійно чергували біля монумента, починаючи з 3 серпня. Та це далеко не все. Значна частина жителів Нарви озлоблені тим, що танк збираються перенести. Лунали крики: “Це наша історія! це наша пам’ять! ми – радянські люди!”. Радянський танк був не стільки символом боротьби з нацизмом (як переконували його захисники), скільки радянського та російського мілітаризму та окупації Естонії. Обставини перенесення танка дають російській пропаганді нову можливість сіяти розбрат всередині естонського суспільства [Панченко, 2022].

Особливого значення в інформаційній війні набуває вміле використання принципу раптовості дій. Несподівані (за часом, місцем, масштабом, способами, засобами дії, силою) *удари* по інформаційному середовищу супротивника, як правило, дають змогу захопити його зненацька, посіяти паніку, дезорганізувати управління, скувати дії. Досягнення раптовості передбачає: збереження в таємниці задумів і планів майбутніх дій; приховану підготовку до застосування сил і засобів ведення інформаційної війни; нанесення ударів по інформаційному середовищу супротивника там, де він їх не очікує; застосування невідомих йому видів інформаційної зброї і способів розв’язання завдань; уміле маскування і дезінформацію [Требін, 2013: 195].

Прикладом дії даного принципу можемо спостерігати на прикладі Естонії, яка зазнала наймасштабніших кібератак з 2007 року після демонтажу радянського пам'ятника в Нарві та інших радянських символів. У квітні та травні 2007 року Естонія зазнала найбільшої кібератаки, організованої іноземною державою у світовій кіберісторії того часу. Внаслідок організованої тоді Росією атаки постраждали сайти держави, банків, преси та політичних партій. Про це заявив заступник віце-канцлера з цифрового розвитку Міністерства економіки та комунікацій Луука Крістьян Ільвес.

Спроби DDoS-атак були спрямовані як на державні установи, так і приватний сектор. За деякими короткими та незначними винятками вебсайти залишалися повністю доступними протягом дня. Напад залишився практично непоміченим в Естонії, – написав Ільвес на своїй сторінці у Facebook [Естонія зазнала наймасштабніших кібератак з 2007 після демонтажу радянських пам'ятників, 2022]. Так Росія відплатила Естонії за звільнення від символів радянської окупації на її власній території.

Іншими вадливими принципами є: постійна готовність сил і засобів інформаційної війни до захисту власної інформації і руйнівного впливу на інформаційне середовище конфронтуючої сторони; безперервність інформаційної війни; ведення інформаційної війни з напругою, необхідною для виконання поставлених завдань; своєчасний маневр сил і засобів ведення інформаційної війни; урахування духовного чинника в інтересах виконання поставлених завдань; всебічне забезпечення, підтримка боєздатності та своєчасність відновлення сил і засобів ведення інформаційної війни; твердість і безперервність управління силами і засобами ведення інформаційної війни; непохитність у досягненні намічених цілей, виконанні ухвалених рішень і поставлених завдань. Усі зазначені принципи реалізуються в конкретних формах і способах ведення інформаційної війни. Водночас, слід визнати, що згадані принципи не є сталими, а зазнають змін разом із розвитком засобів ведення інформаційної війни [Требін, 2004: 17].

Слід зауважити, що в ході ведення інформаційної війни необхідно враховувати закони та закономірності функціонування та розвитку свідомості, закономірності забезпечення безпеки та

розвитку соціальних систем. Одним із таких є закон пірамід логічних рівнів, яка охоплює такі рівні: 1) місія; 2) особиста своєрідність; 3) переконання / цінності; 4) здібності / стратегії; 5) поведінка; 6) оточення. Згідно з цим законом, зміни, що відбуваються на нижчому логічному рівні, майже ніколи не торкаються вищих логічних рівнів, а зміни, що відбуваються на вищому логічному рівні, майже завжди викликають цілий комплекс змін на нижчих рівнях.

Серед існуючих закономірностей варто зауважити такі як: інформаційну війну виграє та сторона, чий духовний фундамент і моральні підстави у цій війні відповідають загальнолюдським цінностям; безпека будь-якої системи, що саморозвивається досягається за рахунок збереження певного рівня (*захисту*) і розвитку (*нападу*). Тобто безпека соціальної системи забезпечується за рахунок проактивної діяльності у цій специфічній сфері; проблема захисту в інформаційній війні – це проблема захисту знань, а також інших тонких структур суспільства, зокрема моралі та соціального інтелекту; розвиток свідомості має векторний характер і є незворотнім. Тобто, еліта, котра мислить минулим й живе лише минулим, не здатна мислити стратегічно й комплексно, як правило, в ході інформаційної війни отримує психологічну, інформаційну та військову поразку, що, в свою чергу, спричиняє крах держави [Антонюк, 2021].

Таким чином, дотримання принципів інформаційного протистояння сприяє перемозі у конвенційній війні, проте вагому роль відіграє духовність і моральні засади суспільства країни, яка веде як інформаційну, так і конвенційну війну.

2.3. Інформаційна війна як психологічний феномен

У військовій сфері розрізняють два види інформаційної боротьби: інформаційно-технічну й інформаційно-психологічну. Нас цікавить інформаційно-психологічний вплив, об'єктом якого залишаються свідомість і психіка населення й особового складу збройних сил, спецслужб противника та системи формування суспільної думки і прийняття концептуальних рішень. Інформаційно-психологічний вплив передбачає цілеспрямовану розробку

та поширення актуальної інформації, здатної безпосередньо або опосередковано впливати на суспільну свідомість, психологію і поведінку населення та військових. При цьому інформація психологічного і пропагандистського типу може бути не лише усного, друкованого, письмового, аудіо і візуального походження, але й розрахована, насамперед, на підсвідомість реципієнта впливу [Дзюба, Жарков, 2006: 18].

На відміну від інших видів впливу, інформаційно-психологічний має низку принципових особливостей [Hersprin, 2008]: 1) по-перше, інформаційно-психологічні війни ведуться зазвичай на чужій території, без меж і кордонів, проникаючи в розум супротивника; 2) по-друге, інформаційно-психологічна війна ведуть так, щоб не залишити видимих слідів. Об'єкту дії здається, що він сам приймає рішення, хоча насправді виявляється веденим іншими; 3) по-третє, інформаційно-психологічна війна дуже вигідна й економна для її ініціаторів, оскільки відносно невеликий обсяг вхідної інформації призводить до максимально значущого результату, наприклад до формування потрібної громадської думки; 4) по-четверте, для інформаційно-психологічної війни характерна певна "мімікрія" під об'єкт впливу (інформація – для інформаційних структур, певні факти – для впливу на систему міркувань людини); 5) по-п'яте, один і той самий факт в умовах інформаційно-психологічної війни може легко отримувати різні інтерпретації, аж до діаметрально протилежних; 6) по-шосте, інформаційний вплив фактично є трансформацією картини світу.

Психологічний вплив – комплекс заходів психологічного впливу на окремих осіб, суспільні групи та організації, верстви населення, державні та політичні кола з метою створення у них вигідних для розвідки поглядів, настроїв та прикриття відповідних державних рішень. Здійснюється через агентів впливу, ЗМІ тощо з використанням дезінформації, засобів психологічної та інформаційної війни [Дзюба, Жарков, 2006:157].

Інформаційно-психологічний вплив (пропагандистський, ідеологічний) – це вплив словом, інформацією, спрямований на свідомість людини. Його основна мета – формування певних ідеологічних ідей, поглядів, уявлень, переконань; одночасно він викликає

в людей позитивні або негативні емоції, почуття і навіть бурхливі масові реакції. Зазвичай, аудиторія має справу не з реальними об'єктами, а з інформацією про них, формами, паттернами, процесами [Данченко О., Романенко Ю. Архетипи соціального життя, 2001 : 23; [Брижко, 2007: 72]. Проникаючи до нашої відомості і впливаючи на неї через особисте несвідоме, що вміщує колективне несвідоме, використовуючи нашу схильність до узагальнення, спираючись на нашу конформність, засоби масової інформації формують та підживлюють у масовій свідомості псевдореальність, віртуальну реальність. Інформаційно-психологічна війна має на меті створити певну віртуальну реальність, яка передує новій реальності, що змінює стару. Створивши віртуальний вимір, ЗМІ додають лише предметно-сміслові відповідності, що визначають результат осмислення масової свідомості. Мас-медіа створюють не лише соціальну реальність, але й формують хронологію дійсності. Все це робить ЗМІ незамінною зброєю в інформаційно-психологічних війнах [Лисенко, 2006].

Інформаційно-психологічна війна має чітко визначену мету: викривлення одержуваної керівництвом конкурента (протидіючої сторони) інформації та нав'язування йому неправдивої і беззмістовної інформації, що позбавляє його можливості правильно сприймати події і приймати вірні рішення; психологічну обробку соціальних груп (населення в цілому); ідеологічні диверсії та дезінформацію; підтримання сприятливої громадської думки; пропаганду і поширення неправдивих чуток [Воробйова, 2010: 142].

Ведення інформаційної війни передбачає застосування інформаційного насильства, основними формами якого є: інформаційний пресинг, перекручена інформація, недостатня інформація, нелегітимна інформація. Звідси, найбільш загальними механізмами інформаційного насильства є: інформаційний тиск, спотворення інформації, приховування інформації, незаконне отримання інформації. Вони взаємодоповнюють один одного. Взяття влади над об'єктом впливу відбувається за допомогою дискурсивного акту, який створює відповідний стан соціального об'єкта.

Особлива небезпека інформаційного насильства полягає у тому, що воно викликає постійний і глибокий емоційний стрес,

викликаний невідповідністю родової інформації, яка зберігається у підсвідомості людини на генетичному рівні, та надв'язуваної ззовні через свідомість поточної інформації [Чалапко, 2006 :447].

Отже, інформаційно-психологічна війна – це сукупність різноманітних форм, методів і засобів впливу на людей з метою зміни у бажаному напрямку їх психологічних характеристик (поглядів, думок, ціннісних орієнтацій, настроїв, мотивів, установок, стереотипів поведінки), а також групових норм, масових настроїв і громадської свідомості в цілому [Манойло, 2003: 250].

Психологічні чинники інформаційної війни та маніпуляцій.

Розгляд питання маніпуляцій у ЗМІ передбачає аналіз психологічних аспектів впливу. Американський дослідник інформаційних війн (ІВ) М. Лібіцкі у своїй праці “Що таке інформаційна війна?” зазначив, що компонентом інформаційної війни є психологічна війна, мета якої полягає у впливі на суспільну свідомість з метою керувати людьми і змусити їх діяти в своїх інтересах [Libicki, 1995: 4].

Необхідною умовою успішного ведення інформаційно-психологічної війни є наявність єдиного інформаційного простору з супротивником, в якому плануються і проводяться усі дії. Інакше інформаційні процеси, ініційовані нападником, не зможуть досягти своєї мети – свідомості супротивника [Сенченко, 2014: 5].

Слід зауважити, що інформаційний простір є складним і багатфакторним об'єктом, своєрідною “реально-віртуальною частиною фізичного простору, в якій комунікатор може потенційно доводити до реципієнта, з використанням певних засобів комунікації, потрібну інформацію і контролювати реакцію реципієнта на її отримання” [Hersprin, 2008]. Сукупність конкретних засобів комунікації, через які комунікатор впливає на реципієнта і контролює реакцію, утворюють так зване інформаційне поле.

Саме через інформаційний простір, *граючи* на інформаційному полі, досягають змін у структурах масової свідомості. Однією з особливостей інформаційного простору для ведення інформаційно-психологічної війни є його так звана *публічність*: будь-які дії проводяться з метою впливу на *публіку* (реципієнта, третіх осіб або команду самого комунікатора) і знаходять своє віддзеркалення в тій або іншій частині інформаційного поля [Cebrowski, Garstka, 1998].

У ході інформаційно-психологічної війни (ІПВ) можуть бути застосовані два підходи: універсальний і рольовий. За першого підходу на психіку впливають, оперуючи набором загальнолюдських мотивів відповідно до їх ефекту впливу. У разі рольового підходу апелюють не до мотиваційних символів, але аналізують роль, яку відіграє та чи інша особа або група осіб, насамперед з референтних верств населення. Розбіжність у підходах впливає на вибір засобів і способів впливу, а також визначає стиль і порядок передачі інформації.

В інформаційно-комунікативному процесі психіка комунікаторів і реципієнтів піддається могутнім деструктивним впливам двох основних видів. Перший вид пов'язаний із утратою цінної актуальної інформації, другий – із впровадженням у психіку людей негативної деструктивної інформації. Це, зокрема, навіювання, під яким розуміють спосіб словесного й образного впливу, що зумовлює некритичне сприйняття і засвоєння будь якої інформації психологічного впливу. Унаслідок навіювання можуть виникнути уявлення, які не відповідають дійсності, що може призвести до неадекватних вчинків об'єктів впливу [Дзюба, Жарков, 2006: 21].

Маніпулювання свідомістю людини є необхідним компонентом інформаційних війн та технології влади, спрямованої на формування думок і уявлень людей, їхніх настроїв і психічного стану задля забезпечення такої поведінки, яка задовольняє інтереси та очікування маніпулянтів [Брижко, 2007: 44]. Ознакою маніпуляції є стан, в якому люди припиняють слухати і чути логічні аргументи.

В контексті даної монографії нас цікавлять особливості російської інформаційної війни проти України. Відомий журналіст, спеціаліст із функціонування сучасних мас-медіа Пітер Померанцев зазначає, що російська теорія інформаційної війни тяжіє до інформаційної та психологічної війни; вона полягає у тому, щоб підкорити іншу країну, навіть не вдаючись до інших дій. Ядром інформаційної війни є людська свідомість, психологічна сфера. В інформаційній війні йдеться не лише про пропаганду, медіа-дебати, переконання тощо. Інформаційна війна – це військова доктрина, яка включає кіберагресію, економічні, медійні та інші засоби агресивного впливу на супротивника [Pomerantsev, 2014].

Інформаційно-психологічні операції Росії проти України в Криму розпочалися задовго до 2014 року. Основними ЦА для таких операцій стали: російськомовне населення півострова, військовий склад та цивільний персонал (часто громадяни України) Чорноморського флоту, ВМС України, населення України загалом. Основними меседжами були: Чорноморський флот – гарант стабільності на півострові; утиски російськомовного населення в Криму; Військово-Морські Сили України небоездатні; Крим – територія без НАТО; Крим – частина Росії; Севастополь – “город славы русских моряков”. Способи проведення: поширення листівок; активність проросійських партій; діяльність проросійських телеканалів; проведення мітингів та демонстрацій; святкування дня ЧФ та інші іміджеві заходи ЧФ; візити російських політиків на півострів; демонстрація сили та територіальних претензій (конфлікт з островом Тузла у 2003 р.); діяльність ЧФ загалом [Компанцева, Заруба, 2022: 142].

Особливість російської інформаційної війни полягає у мімікрії російської війни під невійну. Такий підхід базується на моделі рефлексивного управління супротивником:

Інформаційна війна, що мала місце в Україні, базувалась на створенні дезінформації з метою завадити як українському уряду, так і західним спостерігачам побачити реальні цілі. Росія мала можливість досить довго заперечувати факт присутності своїх збройних сил усередині країни, щоб закріпити здобутки, затримати будь-які контрдії урядових сил і створити дипломатичне прикриття для ворожої зовнішньополітичної діяльності. Активна дезінформація зробила так, що було неможливо отримати точне розуміння того, що конкретно відбувається, зруйнувало прийняття рішень і підірвало українське керівництво. Ховаючи свої справжні наміри, Кремль мав змогу тримати відкритими всі опції, номінально займаючись дипломатичними рішеннями, не втрачаючи достовірності [Почепцов, 2018].

Агресор, який не визнає свою роль як учасника конфлікту і репрезентує себе як миротворця, не передбачає для себе,

відповідно, будь-якого визнання поразки. Розмитість меж тривалості війни і воєнних дій також затемнює смисл перемоги як одномоментного акту, події, чітко окресленої в часі. У цій перцептивній та смисловій розмитості зіткнення протилежних інтерпретацій – наприклад, надв’язуване Росією викривлене розуміння подій на сході України як внутрішнього конфлікту, *громадянської війни*, замість того, щоб визнати його правдивий міждержавний характер як наслідок російської агресії проти України, – перетворюється на засіб деструктивного впливу і використовується як різновид зброї з цілком реальним руйнівним ефектом, при застосуванні якої руйнуються не фізичні об’єкти, а уявлення про дійсність [Парахонський, Яворська, 2019: 21].

Базисом інформаційної війни Росії проти України є доктрина Герасимова. Це – зовнішньополітична програма (2013 та 2019 рр.), розробку якої приписують російському воєначальникові В. Герасимову. Ключові елементи доктрини Герасимова формують російську концепцію *війни нового покоління* або *гібридної* війни. Доктрина Герасимова є відповіддю на нібито існуючу доктрину *Кольорових революцій*, зокрема на події *Арабської весни* [Теорія Хаоса або доктрина Герасимова про суть російської гібридної війни, 2017]. Доктрина передбачає співвідношення невоєнних і військових дій як 4:1. Воєнні дії припускають ведення інформаційного протиборства. Герасимов стверджував, що фронтальні зіткнення великих груп військ на стратегічному та оперативному рівнях відходять в минуле, а їм на зміну ідуть безконтактні далекобійні високоточні удари, які супроводжують дії спецназу у поєднанні з силами внутрішньої опозиції. Ці ідеї були реалізовані в Криму, на Донбасі і в Сирії.

Нова військова доктрина Росії (В. Герасимова), від 2 березня 2019 року, передбачає перевагу країни над будь-яким потенційним противником:

Ми повинні всіма силами забезпечити технічну, технологічну, організаційну перевагу над будь-яким потенційним противником, – заявив Герасимов у своєму виступі на засіданні Академії військових наук у Москві [Фельгенгауэр, 2019].

Доктрина Герасимова присвячена *гібридним війнам* і зокрема *асиметричним діям*, тобто використання як воєнних, так і невоєнних інформаційних методів дестабілізації супротивника.

За твердженням Герасимова, основою *відповіді* РФ на загрози є *стратегія активної оборони*, тобто *комплекс попереджувальних заходів із нейтралізації загроз безпеці держави*. Генерал Валерій Герасимов у 2013 році написав відому статтю, після якої захоплення Росією Криму в 2014 році розглядалося як інструкція для повалення урядів у сусідніх країнах. Схема така: Росія використовує соціальні мережі та приховане втручання, щоб настроїти населення країн проти власного уряду, застосовує економічні заходи, щоб зробити ці країни бідними, і, звісно, вдається до дипломатичного тиску, щоб обмежити коло друзів у противника. І після такого довгого та затяжного процесу невелика російська сила вторгнення переходить у наступ, надихаючи місцеве населення піднятися та здійснити переворот і привести до влади поступливого лідера. Але всі оці гучні ідеї Герасимова щодо зміни режиму зазнали жахливого провалу під час нападу Росії на Україну. Російські *п'яті коло-ни* всередині України були швидко роззброєні, десантний штурм спецназу на аеродромі Гостомель під Києвом провалився, російська армія була зупинена, а Україна стала більш згуртованою та рішучою.

Згідно з доктриною, Росія продовжує використовувати наступальну війну в соціальних мережах. Якщо раніше, перед початком повномасштабної війни, Росія поширювала пропаганду, що плекала ненависть до українців, ЗСУ, то зараз російська кіберпідтримка переорієнтувалась на проведення кампаній задля формування ненависті до біженців, сумнівів у застосуванні західної допомоги, зброї. Як і раніше з сирійцями, українські біженці будуть активно зображуватися російськими кібертролями та ботами як злочинці та терористи. Росія прагне створити соціальний розбрат у країнах, які їх приймають [Згурець, 2022].

Висновки до розділу 2

У сучасних умовах, геополітичний та регіональний авторитет держави значною мірою залежить від її можливості впливати на світові та регіональні події і не стільки конвенційно, як інформаційно. Тому дедалі більшої ваги набувають не силові, а інформаційні фактори: можливість ефективно впливати на політичне, економічне та культурне життя інших країн, поширювати і впроваджувати в суспільну свідомість відповідні духовні й ідейні цінності, трансформувати традиційні підвалини інших націй і народів.

Інформаційні впливи, як компоненти інформаційної війни, спрямовані на встановлення інформаційного та соціального контролю на території супротивника. Під впливом хибної інформації цільовій аудиторії готове рішення не нав'язується, а начебто пропонується як логічно обґрунтований результат діяльності. Окрім латентності, до головних ознак інформаційної війни відносимо насильницьке викривлення інформаційного простору об'єкту впливу та використання психофізіології людини для досягнення мети.

Інформаційна війна проти України охоплює кілька етапів *газових війн*, витіснення українських виробників зброї з ринку тощо. З початком протестів в Україні восени 2013 р. російські пропагандисти та агенти впливу активно дискредитували ідеї Євромайдану. З початком бойових дій та збройної агресії Росії проти України зросла кількість цілеспрямованих кібератак проти урядових сайтів, неурядових організацій та ін. Інформаційні операції Росії підтримували дії незаконних збройних формувань та введених на територію України угруповань ЗС Росії. Серед найбільших кампаній упродовж 2014-2021 рр. слід зазначити: інформаційну кампанію на підтримку сепаратистського руху *Русская весна*; пропагандистську кампанію щодо проведення незаконних референдумів на окупованих територіях; інформаційний супровід псевдодержавних утворень так званих ДНР та ЛНР; кампанії з героїзації загиблих ватажків бойовиків; постійну кампанію з дискредитації дій ЗСУ на Донбасі та звинувачення в жертвах серед цивільного населення; загальну *антифашистську* кампанію; інформаційний вплив на західну аудиторію.

Інформаційна війна ґрунтується на певних принципах, серед яких слід зауважити відповідність її цілей і завдань воєнно-політичним цілям; необхідність зосередження сил у вирішальному місці та у вирішальний момент; всебічну завчасну підготовку її сил і засобів; принцип високої активності і рішучості у ході ведення інформаційної війни; принцип узгодженого спільного застосування різних видів і типів сил та засобів її ведення; принцип раптовості дій; безперервність інформаційної війни; своєчасний маневр сил і засобів ведення інформаційної війни; урахування духовного чинника в інтересах виконання поставлених завдань; твердість і безперервність управління силами і засобами ведення інформаційної війни; непохитність у досягненні намічених цілей, виконанні ухвалених рішень і поставлених завдань.

Важливим у інформаційній війні є інформаційно-психологічний чинник. Інформаційно-психологічні операції Росії проти України в Криму розпочалися після 1991 року. Цільовою аудиторією стали: російськомовне населення півострова, військовий склад та цивільний персонал Чорноморського флоту, ВМС України, населення України загалом. Основними меседжами були: Чорноморський флот – гарант стабільності на півострові; утиски російськомовного населення в Криму; ВМС України – небоєздатні; Крим – територія без НАТО; Крим – частина Росії; Севастополь – *город славы русских моряков*. Цьому сприяла активність проросійських партій; проросійських телеканалів; мітинги та демонстрації; візити російських політиків на півострів; демонстрація сили та територіальних претензій (конфлікт з островом Тузла у 2003 р.) тощо.

Базисом інформаційної війни Росії проти України є доктрина Герасимова, яка передбачає проведення *гібридних війн* та здійснення *асиметричних дій*, тобто використання невоєнних інформаційних методів дестабілізації супротивника.

Отже, інформаційна війна, спрямована проти України, є багатоаспектним, комплексним механізмом, кінцева мета якого – знищення української держави і українців як народу, що відповідає імперським амбіціям політичної еліти Росії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антонюк В.В. Інформаційна війна в структурі сучасного геополітичного протиборства: нові контексти та інтерпретації. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 29.07.2021. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=2121>
2. Вейкфілд Джейн. Українська журналістка розповіла про «розп'ятого хлопчика» на TED. *BBC News*. 11 квітня 2018 р. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-43723457>
3. Воробйова І.В. Інформаційно-психологічна зброя як самостійний засіб ведення інформаційно-психологічної війни. *Системи озброєння і військова техніка*. 2010. № 1 (21). С. 141-144.
4. Данченко О., Романенко Ю. Архетипи соціального життя і політика (Глибинні регулятиви психополітичного повсякдення): Монографія. К.: Либідь, 2001. 334 с.
5. Згурець Сергій. Розпіарена «доктрина генерала Герасимова» не витримала зіткнення з Україною, але загрози зберігаються. *Defense Express*. 14 березня 2022. URL: https://defence-ua.com/minds_and_ideas/rozpiarena_doktrina_generala_gerasimova_ne_vitrimala_zitknennja_z_ukrajinoju_ale_zagrozi_zberigajutsja-6431.html
6. Є-боротьба в інформаційних війнах та інформаційне право: монографія / В.М. Брижко [та ін.]; за ред. д. е. н., проф., члена-кореспондента АПРН України М. Швеця. К. : НДЦПІ АПРН України, 2007. 218 с.
7. Естонія зазнала наймасштабніших кібератак з 2007 року після демонтажу радянських пам'ятників. *Європейська правда*. 18 серпня 2022 р. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/news/2022/08/18/7145161/>
8. Квіткін, П.В., Лук'яненко В.В., Дятлова, І.В. Інформаційна безпека особистості в умовах сучасної війни. У монографії: *Війни інформаційної епохи: міждисциплінарний дискурс: монографія*. за ред. В.А. Кротюка. Харків: ФОП Федорко М. Ю., 2021. 558 с.
9. Копан, О.В., Мельник, В.І. Інформаційно-психологічна війна як засіб маніпулювання людською свідомістю. *Інформація і право*. №2 (17). 2016. С. 92-98.
10. Лисенко В. Застосування інформаційно-психологічних прийомів задля відстоювання інтересів держави. *Персонал*, №6, 2006. URL: <http://www.personal.in.ua/article.php?id=301>

11. Ліпкан В.А. Національна безпека України. Київ: КНТ, 2009. 576 с.
12. Манойло А. Государственная информационная политика в особых условиях: монография. М.: МИФИ, 2003. 388 с.
13. Нарис теорії і практики інформаційно-психологічних операцій / Дзюба М.Т., Жарков Я.М., Ольховой І.О., Онищук М.І. // За загальною редакцією В.В. Балабіна. К.: ВІТІ НТУУ "КПІ", 2006. 471 с.
14. Панченко Юрій. Боротьба за танк: як Естонія декомунізувала головний символ радянської окупації. *Українська правда*. 17 серпня 2022. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/experts/2022/08/17/7145138/>
15. Панчук Д.М. Зброя інформаційна. Велика українська енциклопедія. 2022. URL: <https://vue.gov.ua/>
16. Парахонський Б, Яворська Г. Онтологія війни і миру: безпека, стратегія, смисл: монографія. Київ: НІСД. 2019. 560 с.
17. Почепцов Георгій. Інформаційні фактори посилення і послаблення військової дії. 21 січня 2018 р. *ДМ Media sapiens*. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/20418/2018-01-21-informatsiyni-factory-posylennya-i-poslablennya-viyskovoi-dii/>
18. Промова Путіна про оголошення війни була записана ще 21 лютого. *Слово і діло*. 24 лютого 2022 року. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/02/24/novyna/polityka/promova-putina-pro-oholoshennya-vijny-bula-zapysana-shhe-21-lyutoho>
19. Семен, Н.Ф. Російські інтернет-ресурси як чинник інформаційної війни проти України. Дис. на здоб. наук. ступеня канд. наук із соціальних комунікацій. 27.00.01. – теорія та історія соціальних комунікацій. Рівне. 2018. 260 с.
20. Сенченко О. Новітні війни з використанням інформаційно-психологічної зброї. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 8. URL: https://lib.nadpsu.edu.ua/eldocs/BooksShow4/vkr_2014_8_11.pdf
21. Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій: практичний посібник / [Л. Компанцева, О. Заруба, С. Череватий, О. Акульшин; за заг. ред. О. Давліканової, Л. Компанцевої]. Київ: ТОВ «ВІСТКА», 2022. 278 с.
22. Теорія Хаоса або доктрина Герасимова про суть російської гібридної війни. *Ветерани UA*. 16 вересня 2017. URL: http://veterano.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=684

0:teoriya-khaosa-abo-doktrina-gerasimova-pro-sut-rosijskoji-gibridnoji-vijni&catid=8&Itemid=108

23. Требін М.П. Феномен інформаційної війни у світі, що глобалізується. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*, № 2 (16) 2013. С. 188-198.

24. Требін М.П. Армія та суспільство: соціально-філософський аналіз взаємодії в умовах трансформації. Х.: Видавничий дім «Інжек», 2004. 404 с.

25. Фельгенгауэр Павел. Добиться превосходства над остальным человечеством. Новая газета. 9 марта 2019 г. URL: https://novayagazeta.ru/articles/2019/03/09/79808-dobitsya-prevoshodstva-nad-ostalnym-chelovechestvom?utm_source=novaya&utm_medium=tw&utm_campaign=regular

26. Чалапко, В.В. Інформаційне насильство як онтологічне підґрунтя глобального протиборства. У монографії: *Війни інформаційної епохи: міждисциплінарний дискурс: монографія. за ред. В.А. Кротюка*. Харків: ФОП Федорко М. Ю., 2021. 558 с.

27. Чому уряд Естонії не пішов на поступки проросійській Нарві. 18 серпня 2022. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/news/2022/08/18/7145163/>

28. Cebrowski A.K., Garstka John J. Network-Centric warfare: its origin and future. U.S. Naval institute proceedings. Vol. 124. 1998.

29. DOD Dictionary of Military and Associated Terms, 2021. URL: <https://irp.fas.org/doddir/dod/dictionary.pdf>

30. Hersprin D. R. Rumsfeld's wars: the arrogance of power. Lawrence: University press of Kansas. XXIV, 2008. 247 p.

31. IMSM-0129-2018. Release of Psychological Operations and Information Operations Policies to Ukraine. (2018). International Military Staff; Etat-Major Militaire International. URL: <http://archives.nato.int/downloads/reports/military-committee-itemList.html>

32. Libicki M. What is information warfare? Washington: National Defense University, 1995.

33. Pomerantsev, Peter. Can Ukraine Win Its Information War With Russia? *The Atlantic*. 2014. URL: <https://www.theatlantic.com/international/archive/2014/06/can-ukraine-win-its-information-war-with-russia/372564/>

34. Pomerantsev P. Nothing Is True and Everything Is Possible: The Surreal Heart of the New Russia. New York: Public Affairs, 2015.

РОЗДІЛ 3

ВІЙНА ЯК ІНФОРМАЦІЙНИЙ КОНСТРУКТ

Базовим елементом сучасної інформаційної епохи є інформація, застосування якої чинить значний вплив на функціонування економіки, соціальних процесів, культури, політики. Надзвичайної сили та ефективності інформація набуває в ході воєнних конфліктів і війн. Поширення інформації має два аспекти, позитивний і негативний. Під негативним ми розуміємо небезпеку стрімкого поширення інформації, і як наслідок, появу численних маніпуляцій, і подальший розвиток суспільства на основі дезінформації. Сьогодні уникання правди й тенденція до обману стали звичайною соціальною поведінкою.

Універсальність цього явища створила нову якість правди, якій притаманна неоднозначність тверджень, що призводить до напівправди, тобто полегшеної правди, котра, гіпотетично, мала б сприяти зменшенню соціальних фрустрацій. Небезпека даного феномену полягає в тому, що якщо обман не називається неправдою, а лише делікатною правдою, якщо очевидну брехню називаємо перебільшенням, перекручуванням, вибірковою інформацією, то розмивається основа соціальних прагнень. Так людство опинилося в умовах постправди, в якій дедалі важче віднайти межу між правдою й хибою, щоб не стати жертвою маніпуляцій [Саноцька Н. Я. Контури постправди в інформаційному суспільстві:108]. Феномен постправди увели в обіг і детально описали американські дослідники Стів Тесіч [Tesich, 1992: 14] і Ральф Кіз [Keyes, 2004].

У результаті замовчування правди й вигадкування тисячі її сурогатів поступово стирається межа між правдою й обманом. Категорії чесності та нечесності втратили свій полярний характер. Колишня брехня була замінена неоднозначними твердженнями, які не відповідають правді, однак їх важко кваліфікувати як явну

брехню. Ситуацію погіршують численні постмодерністські теорії, які переконують, що істина завжди є відносним поняттям, а також продукують десятки виразів, які показують хибу у вигідному світлі, тобто *люди не обманюють, а перебільшують, помилково висловлюються, формують неправильне судження, вибірково розкривають інформацію, контекстуалізують, маскують правду, прогинають її чи підсолоджують*, або, нарешті, вони *представляють правду в сприятливому світлі* [Keyes, 2004: 71]. Тенденції, згадані Р. Кейсом, значно прискорюють і поглиблюють інформаційні технології, завдяки яким кожен суб'єкт політичного, комунікативного та інформаційного процесу може скористатися нагодою створити напівправду задля свої користі.

Публічний дискурс переповнений інформацією в якій очевидна брехня знаходиться поряд із маніпулятивною інформацією та правдою. Усі ці компоненти взаємно підтверджуються, формуючи ряди неправди, які взаємно зміцнюються й доповнюються. У цьому контексті постправда виступає таким видом неправди, який виникає зі змішування правдивої, напівправдивої й хибної інформації в зачиненій медійній *упаковці*. І щоб перевірити кожну частину інформації необхідно докласти значних зусиль, проте складність полягає в тому, що реципієнти, почасти, не мають на це часу, бажання й уміння, і тому дуже легко потрапляють у медійну пастку.

Медіа в умовах війни – це однозначно дієві учасники формування інформаційного простору. Ступінь їхнього впливу на ситуацію визначається низкою факторів: кількістю та характером цільової аудиторії; впливовістю конкретного медіа у суспільно-політичній сфері; ступенем довіри до нього української та міжнародної аудиторії, зокрема лідерів думок, представників військового і державного керівництва [Компанцева, Заруба, 2022: 89].

Російська Федерація в плані політичних заяв, виступів, подачі новин, ток шоу, активно користується інструментами для створення свої власної напівправди, яку вона поширює на територію України, Європи, світу та свою власну. Заступник міністра інформаційної політики України Дмитро Золотухін зазначив, що термін

постправа – це та ж брехня, але в більших масштабах, посилена новими технологіями.

Кремль вкладає щорічно декілька мільярдів доларів саме у брехню, – і ця інвестиція породжує світові зміни. Це нова норма. Ми маємо жити тепер із такими маніпулятивними технологіями. Протистояння в інформаційному світі не закінчиться ніколи, тому що це один із елементів політичного тиску, ігор як внутрішньодержавних, так і міждержавних. Тому треба шукати інноваційні інструменти, які зможуть нас підтримати, допомогти [Гордієнко, 2017].

Водночас, для кожної окремої країни *постправа* має свої наслідки, переконана американська журналістка Мері Мицьо: *У країнах, де існують більші загрози національній стабільності чи навіть існуванню самої держави, постправа може сама створювати пряму загрозу. Письменниця Айн Рейнд казала, що маси ні у що не вірять, тому їх можна переконати в усьому. І це можуть використати зловмисні актори, вживаючи класичні методи пропаганди: емоції, повторення тощо. Це призводить до серйозної нестабільності.*

Постправа – інструмент маніпулювання громадською думкою і свідомістю. Саме через маніпулювання необхідно розглядати сучасну епоху *постправи*. Російські ЗМІ створюють серйозну загрозу для інформаційної безпеки України. Вони поширюють недостовірну або відверто неправдиву інформацію; маніпулюють громадською думкою (особливо це актуально під час ведення війни); формують негативний імідж державних структур, розпалюючи недовіру до влади; є інструментом поширення російської пропаганди; розповсюджують матеріали, що призводять до розпалювання міжетнічної / міжконфесійної ворожнечі, порушення конституційного ладу, посягання на безпеку держави, суспільства чи окремої особи. Іншими словами, створюють загрозу існуванню самої держави.

Діяльність російських ЗМІ в умовах війни 2022 року практично нічим не відрізняється від підходу, що існував в СРСР, – абсолютний

пріоритет інтересів РФ, повне нехтування цінністю людського життя, відсутність будь-якого натяку на прозорість та відкритість.

Загроза постправди для України призводить до недовіри та інформаційної апатії. Дослідження, яке ГО “Детектор медіа” здійснила у Луганській та Донецькій областях (на територіях, підконтрольних уряду України), щодо того, як медіа трансформують громадську свідомість свідчить, що в багатьох жителів наявне певне відсторонення від усього, зокрема й від медіа [Гордієнко, 2017].

Загроза поширення неправдивої інформації пов’язана з контентом новинних повідомлень. Інформаційна війна охоплює низку понять, таких як фейки, меседжі та наративи. Найменшим змістовим поняттям є фейки. Їх багато і їх продукують регулярно. Об’ємнішими за змістом є меседжі – чіткі і зрозумілі повідомлення. Вони є цільовими. Меседжі можуть бути правдивими, маніпулятивними чи зовсім неправдивими. У цьому їх небезпека, бо якщо з фейком усе доволі однозначно, то з меседжем – ні. Меседж складається з фейків, тобто Росія використовує фейки, напівправди та маніпуляції, щоби наповнити меседж, сформувавши його. Їх значно менше, ніж фейків, оскільки, щоби сформувавши та просунути меседж, потрібні ресурси. Збірка меседжів об’єднується в наратив. Таку собі історію, оповідь, що пояснює світ навколо. Мета наративів – сформувавши певний світогляд. Саме наратив є стратегічно найважливішим, бо меседжі можна модифікувати, а наратив – це стала історія. Якісний наратив потребує часу та ресурсів. Найпопулярнішим наративом Росії щодо України є твердження про *неспроможну державу*. Меседжі, які наповнюють цей наратив, стосуються історії, культури, економіки тощо. Тобто це може бути будь-що, що можна використати для підтвердження наративу. Отже, наратив складається з меседжів, які живлять фейками, маніпуляціями та спекуляціями [Ілюк, 2022]. Всі ці компоненти формують піраміду інформаційної війни.

Таким чином, повідомлення, що транслюються ЗМІ, істотно впливають на думку громадськості. Хоча й не можна повністю змінити позицію індивіда лише за допомогою трансльованих повідомлень, але можна задати вектор думки реципієнта за допомогою вибору інформації й способу її подачі.

3.1. Фейки

Важливим інструментом постправди стали фейкові новини, які дуже швидко поширюються від однієї людини до іншої, – повністю або частково вигадана інформація про суспільні події, справжніх людей або про речі, явища, яка подається у ЗМІ під виглядом справжніх журналістських матеріалів. Фейки, маніпуляції, альтернативні факти або просто брехня. Зараз їх називають по-різному, проте виглядають вони як чиста правда або ж – пост-правда. Американські експерти запропонували використовувати категоризацію *інформаційних пасток*. За спектром брехні вона може бути від сатири до 100% підробки [Зінкевич, 2017].

Фейки заповнили інформаційний простір. Це відбувається тому, що мало хто читає далі заголовка, а подібні матеріали мають дуже яскраві назви [Корольов Є. (2016). Чому «постправда» стало іменником року, або Як соцмережі знищують дискурс]. Такі повідомлення масово впливають на людей. Небезпечно, коли фейки цілеспрямовано поширюють, коли вони мають вплив і формують громадську думку, яка вже в зародку є хибною, тобто такою, що вироблена завдяки маніпуляціям у потрібний комусь бік [Марків, 2018: 114].

Фейки тісно переплітаються з емоціями, які сьогодні вже часто сприймають як точки зору. Це призводить до жахливих наслідків, оскільки телебачення в підсумку перетворює всі новини на дезінформацію. Ніл Постман, автор книги “Розважаємо себе до смерті: публічний дискурс в еру шоу-бізнесу” (1985), зазначає:

Дезінформація не означає фальшиву інформацію. Вона означає оманливу інформацію – неважливу, фрагментовану, поверхневу. Інформацію, яка створює ілюзію того, що ви щось знаєте. Хоча насправді ви знаєте ще менше [Корольов Є. (2016). Чому «постправда» стало іменником року]. Дослідник уже тоді побачив, як телебачення трансформує точки зору людей на швидкоплинні емоції [Postman, 1985: 83-142].

Вплив на емоції є класичним прийомом нейролінгвістичного програмування, який спрямований на те, щоб заблокувати здатність людей до раціонального аналізу, а в підсумку – взагалі до

здатності критичного осмислення того, що відбувається. З іншого боку, використання емоційного чинника сприяє доступу до підсвідомості для того, щоб наповнювати її думками, бажаннями, страхами, побоюваннями, примусом або стійкими моделями поведінки. Нарікання російських лідерів і пропагандистів на *жорстокість укрофашистів*, агресивність Заходу, небезпеку з боку НАТО, загрозу створення ядерної зброї в Україні, залишають поза увагою справжні причини того, що відбувається в Росії. Емоції у новинних повідомленнях – ворог логіки.

За спектром брехні фейки охоплюють сім категорій: 1) сатира/пародія не має мети завдати шкоди, проте має потенціал обману; 2) помилковий зв'язок спостерігаємо в заголовках та ілюстраціях, які не пов'язані зі змістом матеріалу; 3) контент, який вводить в оману. Під ним розуміють некоректне використання інформації для створення відповідної думки щодо події чи особистості; 4) помилковий контекст. Цей вид фейку презентує правдивий контент, який подано у викривленому контексті; 5) псевдо (неавторизований) контент подає інформацію, проте її справжні джерела – не відомі; 6) маніпулятивний контент. Правдива інформація/візуалізація вводить в оману зі злочинною метою; 7) сфабрикований контент наповнений новою, на 100% брехливою інформацією, створеною з метою обдурити або завдати шкоди [Wardle, 2017]. Як зазначає К. Вордл у своєму дослідженні фейків, існують різні мотиви створення таких інструментів. Перші два типи пов'язані зі слабким професійним рівнем, намаганням розважити аудиторію та інтересом до прибутку. Третій, і далі за шкалою, мають низку мотивів, серед яких – провокувати, поширювати політичний вплив і слугувати інструментом пропаганди. Деякі з них підхоплюють і поширюють журналісти, а деякі цілеспрямовано нав'язують боти і фабрики тролів.

Російська Федерація активно продукує та поширює фейки про Україну та Захід. Заступниця міністра оборони Ганна Маляр заявила, що російська пропаганда в червні-липні 2022 року запускала в інформаційний простір фейк про нібито протистояння генерального штабу Збройних сил України з Офісом президента та Міністерством оборони, щоб послабити оборонний та

наступальний потенціал нашого суспільства. За словами Маляр, тактичною метою цієї інформаційної операції ворога було максимальне розповсюдження потрібної агресору ідеї, виклик емоційної реакції на неї і, як наслідок, маніпуляція сприйняттям подій загалом [Клочко, 2022].

Липень 2021 року. Типовим прикладом численних фейків може стаття В. Путіна “Об историческом единстве русских и украинцев”, опублікована в липні 2021 року на сайті Кремля [Статья В. Путина «Об историческом единстве русских и украинцев», 2 июля 2021]. Аналізуючи статтю, фейки може згрупувати за кількома блоками питань: історія, економіка, державне управління, Крим і Донбас.

Розлогими є судження Путіна про історичний розвиток України, проте вони викликають значні сумніви у їхній правдивості. Наприклад:

Объективные факты говорят о том, что в Российской империи шёл активный процесс развития малороссийской культурной идентичности в рамках большой русской нации, соединявшей великороссов, малороссов и белорусов [Статья В. Путина «Об историческом единстве русских и украинцев», 2 июля 2021].

Путін видає бажане за дійсне, оскільки факти свідчать про те, що українська культура впродовж всього XIX ст. розвивалась у вкрай несприятливих умовах. Це було зумовлено остаточною втратою всіх ознак автономії та самостійності, які ще зберігались у XVIII ст. Натомість посилилась асиміляторська політика метрополій, яка насамперед виявилась у наступі на українську культуру.

У XVIII ст. система освітніх закладів стала одним із головних засобів русифікації українців Наддніпрянщини та онімечення у Західній Україні. Українська мова була повністю витіснена і заборонена в системі освіти на підвладних Російській імперії українських землях. В освіті встановилися станові відмінності. Це призвело до того, що середня і особливо вища освіта стали винятковим привілеєм дворянства [Чуткий, 2006: 133-134]. Освіта на середину XIX ст. і далі залишалася малодоступною для населення. У період правління в Російській імперії Олександра III (1881–1894)

відновилася реакційна політика, зокрема і щодо освіти. Університетський статут 1863 р. було замінено реакційним статутом 1884 р., який проіснував без змін до 1905 р. і ліквідував автономію університетів, посилив поліцейний контроль за викладачами та студентами, скасував виборність посад в університетах. У другій половині 1880-х років було ліквідовано Вищі жіночі курси, і таким чином жінки знову втратили можливість здобувати вищу освіту. У 1887 р. було видано закон “Про куховарчиних дітей”, яким заборонявся вступ до гімназій і університетів вихідцям із малозабезпечених сімей. Вся освіта була російськомовною. Українська культура розвивалась не завдяки обставинам, а наперекір ним [Чуткий, 2006: 202].

У своїй українофобській статті російський президент переконаний, що Росія сприяла розвитку України:

Российская Федерация многое сделала, чтобы Украина состоялась как независимая страна. В трудные 90-е годы и в новом тысячелетии мы оказывали Украине весомую поддержку. В Киеве используют свою “политическую арифметику”, но в 1991–2013 годах только за счёт низких цен на газ Украина сэкономила для своего бюджета более 82 миллиардов долларов, а сегодня буквально «цепляется» за 1,5 миллиарда долларов российских платежей за транзит нашего газа в Европу. Тогда как при сохранении экономических связей между нашими странами положительный эффект для Украины исчислялся бы десятками миллиардов долларов [Статья В. Путина «Об историческом единстве русских и украинцев», 2 июля 2021].

Слід зауважити, що через агресію Росії, починаючи з 2014 року, Україна втратила близько 100 млрд. доларів. Частково це зумовлено дешевим газом, оскільки ціна російського газу для України завжди була політичною. РФ часто піднімала ціну, припиняла поставки газу для того, щоб змусити українських політиків діяти в інтересах Росії. В 2010 році за знижку на газ перебування Чорноморського флоту у Криму було продовжено до 2047 року. Внаслідок цього Росія змогла збільшити особовий склад своїх військ та військової техніки на території півострова до моменту окупації.

Крім цього, Путін перекручує зміст Стокгольмського арбітражу. В 2014 році “Нафтогаз” звернувся до Стокгольмського суду, щоб переглянути умови контрактів 2009 р. [Маркова Сліпченко, 2021].

У статті виявилась ще одна маніпуляція:

Сегодня промышленные высокотехнологичные гиганты, которыми некогда гордились и Украина, и вся страна, лежат на боку. За последние 10 лет выпуск продукции машиностроения упал на 42 процента. Масштаб деиндустриализации и в целом деградации экономики виден по такому показателю, как выработка электроэнергии, которая за 30 лет на Украине сократилась практически вдвое [Статья В. Путина «Об историческом единстве русских и украинцев», 2 июля 2021].

На жаль, Путін ігнорує причини падіння розвитку промисловості України, серед яких – неефективність радянської економіки та непристосованість радянських підприємств до ринкових умов. Якщо аналізувати останні 10 років, то сумарне падіння промисловості упродовж 2011-2020 рр. складає 33%, а не 42% [Держстат України. 2020]. І тут головна причина – економічна криза 2013-2015 рр., спричинена, зокрема, російською агресією на сході України й окупацією Криму. Крім того, українська промисловість постраждала від заборони купувати українську продукцію російськими підприємствами. Виробництво електроенергії з 2006 по 2020 рік скоротилось на 18%. Причинами зниження виробництва електрики стало падіння промисловості, зменшення населення та підвищення енергоефективності. Під час економічного буму в 2005 році Україна споживала 3,2 кВт-ч на людину, а під час кризи в 1993 – майже 4 кВт-ч.

У статті зазначено про бідність України і, звісно в цій ситуації винна Україна, яка відокремилась від Росії:

И наконец, по данным МВФ, в 2019 году, ещё до эпидемии коронавируса, уровень душевого ВВП Украины составил меньше 4 тысяч долларов. Это ниже Республики Албании, Республики Молдовы и непризнанного Косова. Украина

сейчас – беднейшая страна Европы [Статья В. Путина «Об историческом единстве русских и украинцев», 2 июля 2021].

ВВП України в 2019 році був дійсно нижчим, ніж у вище згаданих країнах, проте доречно було б порівнювати ВВП у доларах згідно з ПКС (паритетом купівельної спроможності), щоб врахувати різницю цін у різних країнах. За цим показником Україна за результатами 2019 року і за попередніми оцінками 2020 року має кращі показники, ніж Молдова і Косово, проте гірші, ніж Албанія і решта країн Європи [World Economic and Financial Surveys, 2022]. Слід також зауважити, що власне через Росію і Путіна, які розпочали війну проти України, українці втратили близько 20% ВВП.

Путін у статті спекулює питанням сільськогосподарських земель: *Не за горами распродажа сельхозземель, а кто их купит – очевидно* [Статья В. Путина «Об историческом единстве русских и украинцев», 2 июля 2021]. Варто зазначити, що президент РФ лицемірить і вводить читачів в оману, оскільки в Росії працює ринок землі ще з 2003 року. Він закритий для іноземців, як і в Україні, які зможуть купувати землю тільки у тому випадку, якщо за таку можливість українці проголосують на всеукраїнському референдумі у 2024 р. Відкриття ринку землі – це не розпродаж сільгоспземель. Ринок дасть змогу власникам паїв право і можливість розпорядитись своєю власністю, тобто її можна буде продати, продовжувати самостійно обробляти або здавати в оренду. Найголовніше те, що землю можна буде продавати легально, а не в тіні, як це відбувалось раніше [Маркова, Сліпченко, 2021].

Інший важливий блок стосується державного управління:

И наконец, уже в мае этого года действующий президент внёс в Раду законопроект о “коренных народах”. Ими признаются лишь те, кто составляет этническое меньшинство и не имеет собственного государственного образования за пределами Украины. Закон принят. Новые семена раздора посеяны. И это в стране – как уже отмечал – очень сложной по территориальному, национальному, языковому составу, по истории своего формирования [Статья В. Путина «Об историческом единстве русских и украинцев», 2 июля 2021].

Путін відверто бреше про корінні народи. Він вже називав цей закон нацистським і таким, який суперечить міжнародному праву. Визначення про корінні народи допоможе зрозуміти недолугість заяв Путіна: *корінний народ – автохтонна етнічна спільнота, яка сформувалася на території України, є носієм самобутньої мови і культури, має традиційні, соціальні, культурні або представницькі органи, самоусвідомлює себе корінним народом України, становить етнічну меншість у складі її населення і не має власного державного утворення за межами України*. Серед корінних народів згадуються ті народи, які сформувались у Криму, – кримські татари, караїми, кримчаки [Проект Закону про корінні народи України. Верховна Рада України, 2021]. Бути етнічною меншиною – ще не означає вважатися корінним народом. Росіяни могли бути корінним народом, якби сформувались на території України, не мали власної держави та мали чітку ідентифікацію себе як окремої спільноти в межах України. Утім, росіяни в Україні не відповідають цим критеріям і не мають жодних проблем щодо інтеграції в українське суспільство. Новий законопроект аж ніяк не скасовує статті Конституції України про рівність усіх громадян та розвиток усіх етнічних меншин країни. Не скасовує він і закон “Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні”, який у тому числі забороняє дискримінацію за етнічною ознакою. Більше того, Україна ратифікувала чимало міжнародних документів, які захищають права всіх людей: Конвенцію про захист прав людини і основоположних свобод, Міжнародний пакт про економічні, соціальні і культурні права, Міжнародний пакт про громадянські і політичні права тощо.

Не менше уваги у своїй статті Путін приділив Криму і Донбасу:

Государственный переворот, последовавшие за этим действия киевских властей неизбежно спровоцировали противостояние и гражданскую войну. По оценке Верховного комиссара ООН по правам человека, общее число жертв, связанных с конфликтом в Донбассе, превысило 13 тысяч человек. В их числе старики, дети. Страшные, невосполнимые потери. Россия сделала всё, чтобы остановить

братоубийство. Были заключены Минские соглашения, которые нацелены на мирное урегулирование конфликта в Донбассе.

...Киеву Донбасс просто не нужен. Почему? Потому что, во-первых, жители этих регионов никогда не примут те порядки, которые им пытались и пытаются навязать силой, блокадой, угрозами. И во-вторых, итоги и Минска-1, и Минска-2, дающие реальный шанс мирно восстановить территориальную целостность Украины, напрямую договорившись с ДНР и ЛНР при посредничестве России, Германии и Франции, противоречат всей логике проекта “анти-Россия” [Статья В. Путина «Об историческом единстве русских и украинцев», 2 июля 2021].

Путін видає бажане за дійсне, оскільки кількість жертв – прямий наслідок агресії Росії, яка почала окупацію Криму з 20 лютого 2014 року, а потім за допомогою своїх *добровольців* (Ігоря Гірка-на), а також регулярної армії, вторглася на Схід України. Проросійські бойовики, яких повністю контролює Росія, не дотримувалися першого ж пункту Мінських угод – припинення вогню. Так, майже за рік дії останнього *перемир'я* (27 липня 2020 – 12 липня 2021) місія ОБСЄ зафіксувала 42,8 тис. порушень режиму тиші [Маркова, Сліпченко, 2021]. Росія не визнає себе стороною конфлікту та продовжує дестабілізувати ситуацію, надаючи підтримку бойовикам, видаючи російські паспорти громадянам України на тимчасово окупованій території та створюючи провокації поблизу російського-українського кордону.

Отже, стаття Путіна є ілюстрацією того, як формуються фейки і як російське керівництво їх поширює, видаючи брехню за правду. Слід зауважити, що продукування і поширення фейків Москвою є постійний процес, який Росія не припиняла і не припиняє. Щомісяця з'являються нові фейки, які посилюють інформаційну війну проти України.

Серпень 2022. Західні санкції, запроваджені Західними країнами через війну Росії проти мирної України, мають значний вплив на російську економіку, проте, незважаючи на це, керівництво

країни-агресорки поширює фейки про стабільну ситуацію в економіці. Російський диктатор В. Путін насправді не здатний впоратися із санкціями, і ситуація погіршується. Про це йдеться у повідомленні на сайті Держдепу США. Американське дипломатичне відомство озвучило основні фейки російської пропаганди про санкції та вказали на факти.

Фейк 1: економіка РФ досить сильна, тому санкції Євросоюзу та США не можуть на неї суттєво вплинути. Фактично, міжнародні санкції мають значний вплив на російську економіку. Проте, пропагандисти озвучують фейкові повідомлення про те, що міжнародні санкції несуттєво впливають на економіку. Руйнівну силу санкцій навіть визнала голова Центробанку Росії Ельвіра Набіулліна, яка зазначила, що *“економічна активність знижується, припинення довгострокових економічних відносин матиме негативні наслідки”*. Росія не має можливості виробляти вітчизняні версії продуктів, які вона купувала за кордоном. Щоб подолати цей розрив Путін навіть спробував легалізувати крадіжку інтелектуальної власності з *недружніх країн* [Клочко, 2022].

Наступним є фейк про те, що міжнародні санкції неефективні, бо Росія може перейти на торгівлю з тими країнами, які ще не запровадили санкції. Проте факти свідчать про те, що Росія щосили намагається знайти нових постачальників і покупців російських товарів. Після повномасштабного вторгнення РФ в Україну російський імпорт упав на 50%. Кремль намагається знайти нові джерела для важливих товарів, які він не може виробляти. Це помітно на полі бою, де Росія використовує мікросхеми, взяті з холодильників та пральних машин, у військовій техніці.

Поширеним фейком є заяви російських пропагандистів про те, що уряд РФ може проводити політику, яка захищає економіку від наслідків санкцій, тому середній російський споживач не страждає від краху російської економіки. Насправді, пересічні громадяни Росії вже бачать наслідки війни Кремля проти України у повсякденному житті. Влада країни-загарбниці не може забезпечити середньому громадянину Росії таку саму якість життя, яка була до повномасштабного вторгнення. Цьогоріч Росію залишили понад 1 тис. міжнародних компаній у різних галузях. Внаслідок

цього російські громадяни більше не мають доступу до товарів та послуг, якими вони користувалися.

За даними Bloomberg, повномасштабна війна РФ проти України відкинула російську економіку на чотири роки, спричинивши один з найтриваліших спадів в історії країни. ВВП Росії у річному обчисленні скоротився на 4,7% згідно з середнім прогнозом дванадцяти аналітиків, опитаних медіаресурсом [Клочко, 2022].

VoxCheck, – громадська організація в Україні, яка систематично перевіряє висловлювання топових політиків. Експертами цієї організації було здійснено перевірку поширюваних Росією фейків. Вважаємо за необхідне, розглянути деякі з них.

Фейк 1: Проросійські телеграм-канали стверджують, нібито в Україні катастрофічна ситуація з ліками, адже велику частину препаратів віддали на потреби армії. Однак така інформація – безпідставна. Уряд та великі фармацевтичні компанії України запевняють, що наразі в Україні немає проблем із поставками ліків – усі найбільші фірми та аптеки працюють. Ба більше, Україна отримує значну гуманітарну допомогу. Складнощі виникають лише з логістикою. Існують проблеми на окупованих територіях, бо Росія не пропускає українські гуманітарні вантажі.

Фейк 2: Україна постраждає від голоду, оскільки Велика Британія та Туреччина планують купити все українське зерно. Насправді немає жодних підстав вважати, що ці країни планують купити все продовольство чи змусити Україну продавати його за заниженою ціною. Більше того, експорт зерна не призведе до голоду в країні, адже в Україні наразі є достатня кількість зерна як для внутрішнього споживання, так і для експорту. Додатково Україна може розраховувати на запаси цього річного врожаю [Фейк про катастрофічну ситуацію з ліками в Україні, 2022].

Іще однією темою для спекуляцій є тема біженців та гуманітарної допомоги. Нижче подано декілька фейків, які поширює РФ:

Фейк 1: Українці тікають на захід країни, рятуючись від обстрілів ЗСУ. Приписувати власні звірства українській армії – це традиція російських пропагандистів. Подібні повідомлення російські пропагандисти поширювали ще до початку широкомасштабного вторгнення, здійснюючи тим часом провокації на сході України. Зараз

на російських новинних каналах пишуть, що начебто ЗСУ продовжує наносити хаотичні удари по багатоповерхівках та приватних домах, руйнуючи тим самим житло цивільних. І мовляв, саме через це знаходиться в багатьох областях України дуже небезпечно. Мабуть, не варто пояснювати яких руйнувань і втрат Росія завдала українським містам і населенню. Москва атакує потужними ракетами українські міста, обстрілює їх, змушуючи покинути тисячі мирних громадян свої домівки не за власним бажанням.

Фейк 2: Багато біженців з районів ведення бойових дій розміщують у школах, лікарнях та санаторіях України, *“проте зараз деякі біженці почали скаржитися на те, що їх виселяють в нікуди”*. Подібні тези не мають нічого спільного з реальністю. Цей фейк також спростували в Центрі протидії дезінформації. Держава надає підтримку біженцям. Зареєструвавшись як ВПО, переселенці можуть отримати тимчасове житло. За словами міністерки з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України Ірини Верещук, наразі є одна проблема: багато ВПО тимчасово проживають у школах, лікарнях, санаторіях та інших місцях компактного проживання, які прихистили людей в перші дні та тижні повномасштабної війни. Саме тому людей можуть переселяти в інші місця без погіршення умов. Водночас переселенців ніхто на вулицю не виставляє, попередньо не забезпечивши житлом.

Фейк 3: через наплив біженців до Києва у столиці зростає рівень забрудненості повітря. Останніми місяцями у деяких районах Києва дійсно зафіксували погіршення стану повітря. Утім, це ніяк не пов'язано з біженцями. Як зазначав раніше мер Києва Віталій Кличко, основна причина – у пожежах в екосистемах Київської області, які виникли через те, що тліли торф'яники в Бучанському районі [Фейки про біженців, 2022].

Фейк 4: У соцмережах поширюють фейк, що нібито у Миколаєві закінчилися запаси продуктів, а гуманітарну допомогу роздають за гроші. Це – ще одне безпідставне твердження. Зверніть увагу, автори цього фейку не наводять жодних прямих доказів чи достовірних свідчень. Насправді ж, у травні в різних районах Миколаєва діяли пункти видачі гуманітарної допомоги, яку організували ООН, українська громадська організація та європейські партнери. При

роздачі продуктових наборів пріоритет надавали людям похилого віку, людям із інвалідністю, багатодітним малозабезпеченим сім'ям [Фейки про медицину та здоров'я, 2022].

Значна кількість фейків присвячена ЗСУ та Міністерству оборони України. Розглянемо деякі з них:

Фейк 1: Міноборони РФ заявило, що нібито українські бійці тероборони вигнали з одеської поліклініки усіх хворих, натомість влаштували там пункт дислокації. На відео російських медіа видно, що нібито поруч із поліклінікою ЗСУ розмістили військову техніку. Одеська міська рада опублікувала справжнє відео того, як в коридорах поліклініки сидять люди в цивільному, а пацієнти чекають на прийом. У самому приміщенні поліклініки та на прилеглій до неї території не було ракетних установок чи іншої зброї, також на кадрах немає військових.

Фейк 2: російські медіа масово поширюють ще одну заяву Міноборони РФ про те, що мовляв українські військові збираються підірвати дитячу лікарню у Харкові, аби потім звинуватити в цьому російські війська. Насправді таким способом дезінформатори хочуть перекласти вину на українську сторону та приховати, що російська армія обстрілює цивільну інфраструктуру в Україні, а не лише військову. Подібні фейки про зайняття українськими військовими лікарень чи інших цивільних об'єктів – провокація та оголошення ймовірних майбутніх обстрілів.

Фейк 3: Поширюють російські ЗМІ також інформацію, що нібито українські військові підривають хімічно-промислові об'єкти, створюючи загрозу хімічних атак. Зазвичай ці заяви позбавлені яких-небудь доказів. Подібні безапеляційні заяви – традиційний спосіб для Москви перекласти провину на ЗСУ та заявити, що нібито це *українські націоналісти* хочуть отруїти місцевих жителів. Насправді, російські військові вже неодноразово підривали цистерни з хімічними речовинами та обстрілювали хімічно-промислові об'єкти в Україні.

В російських новинних повідомленнях звучать фейки про біологічну зброю в Україні.

Фейк 1: російські ЗМІ пишуть, що начебто у біолабораторіях США в Україні вивчали, як заражати українців смертельними

вірусами через комарів. Для підтвердження цієї тези цитують документи з проєкту Українського науково-технологічного центру. Утім, ці документи – несправжні. По-перше, на них немає офіційних печаток чи підписів. По-друге, у документах взагалі не йдеться про те, щоб заражати людей вірусами через укуси комарів. Проєкт насправді розробляли для контролю популяції комарів [Фейк про Одеську поліклініку, 2022].

Фейк 2: російські медіа поширюють інформацію, ніби корпорації Pfizer та Moderna проводять воєнно-біологічні дослідження над громадянами України. Мовляв, так компанії скорочують витрати на випробування медичних препаратів. Насправді, Україна ніколи не укладала з США угод, які б передбачали проведення військово-біологічних дослідів. Міністерство охорони здоров'я та посольство США неодноразово пояснювали: програму США зі зменшення біологічної загрози використовували, зокрема, щоб виявити випадки зараження COVID-19. Українські біолабораторії належать та підконтрольні тільки урядові України. А от Pfizer проводить в Україні стандартні клінічні випробування своїх препаратів, як і в багатьох інших країнах, і в Росії також. Moderna ж взагалі не проводить клінічних випробувань в Україні.

Отже, фейки є важливим компонентом російської інформаційної війни, спрямованої на підриг довіри українців до ЗСУ та керівництва країни.

3.2. Меседжі

Меседж несе в собі ключовий інформаційний посил, який розкривається тематично або в розрізі конкретних цільових груп. У процесі поширення інформації активно використовують зрозумілі для цільової аудиторії образи, символи, цінності, що виступають в якості обгортки, під якою подаються меседжі. Російська Федерація розпочала активно поширювати меседжі, спрямовані на підриг України та довіри західних партнерів, починаючи з 2014 року, хоча насправді їх створювали і поширювали з самого початку проголошення незалежності України. У нашому дослідженні ми зосередили зусилля на аналізі меседжів упродовж 2014-2022 рр.

2014. За своїми основними меседжами, стилем і внутрішньою логікою операція з дезінформації та інформаційно-психологічного тиску, розпочата РФ довкола питань “волевиявлення» населення в АР Крим і Південно-Східних регіонів України, виглядає складовою (можливо, черговим етапом) більш широкої спеціальної російської інформаційної кампанії, розпочатої як мінімум у листопаді 2013 р., у зв’язку з подіями “Євромайдану”. Уже починаючи з кінця лютого 2022 року абсолютна більшість російських провідних ЗМІ долучилася до інформаційно-психологічної боротьби проти України, намагаючись підтримати проведення *військової операції*. Такі видання як “Известия”, “Российская газета”, “Московский комсомолец”, “Коммерсантъ”, “Взгляд”, а також інформаційні агенції “РИА Новости”, “ИТАР-ТАСС”, “РОСБАЛТ”, “АИС” не лише передруковували неперевірені новини, але й самі були помічені у створенні цілком неправдивих повідомлень (наприклад, щодо переходу на бік Росії корабля ВМС України “Гетьман Сагайдачний”), який повертався після виконання антипіратської місії у Аденській Затоці на Батьківщину [Щодо інформ-псих. складової агресії РФ проти України, 2014].

Виправдовуючи власні активні дії в Криму російське телебачення використовувало (1 березня 2014 р.) відео в якому були зображені начебто *українські бойовики*, що стояли на фоні лежачих нерухомих тіл російських військовослужбовців, на тлі автобусів з написом “Львів Тайган”. На перевірку виявилося, що автобус з якого виходили *бандерівці* належить кримському підприємству “Парк Львів “Тайган”, *українські бойовики* використовують зброю, яка знаходиться виключно на озброєнні російської армії, а у *жертв* немає навіть слідів крові [Путін попросив ввести війська в Крим через інсценовану стрілянину та «липові» жертви, 2014].

Крім того, у підсумковій програмі “Сегодня” на НТВ світ від 02.03.2014 р. наголошувалося на тому, що референдум про статус Криму, що мав відбутись 30 березня 2014 р. нібито в цілком в дусі сучасних європейських реалій, нагадавши при цьому про заплановані аналогічні заходи в Шотландії (18 вересня 2014 р.) та Каталонії (9 листопада 2014 р.) [Щодо інформаційно-психол складової агресії РФ проти України, 2014].

Один з поширених прийомів для культивування необхідних меседжів – *резонансність* повідомлення. Воно збільшує вплив на аудиторію, особливо, коли люди бачать по телевізору те, що вони особисто пережили в житті [Піддубний, 2015]. Такий подвійний вплив телевізійного повідомлення посилює культивуваційний ефект, а отже зменшує час необхідний для *промивки мізків* масам – яскравим підтвердженням цієї частини теорії є вибухи в житлових будинках в Росії, що значно пришвидшило прихід до влади В. Путіна.

Найчастіше маніпулятивні меседжі інформаційної операції привертають увагу своїми кричущими заголовками, які неодмінно викликають бурхливу емоційну реакцію. Варто також зауважити невизначеність та неоднозначність джерела в подібних повідомленнях на кшталт *неназвана особа з Офісу Президента* або *наше джерело в Міністерстві оборони* [Клочко, 2022].

Варто звернути увагу на меседжі, спрямовані на Західні країни.

У продовж 2015-2016 років Росія транслювала низку меседжів, серед яких є кілька ключових, зокрема: “Євросоюз розвалюється, “реформи в Україні провалились”, “добробут пострадянських країн пов’язаний виключно з Росією”. Це три основні меседжі, які після озвучення їх у російських засобах масової інформації найбільше повторювалися у медіа шести країн Східного партнерства, зокрема в Україні.

Починаючи з 2014 року, ЄС перебував під прицілом російських пропагандистів. У висвітленні європейської теми домінує негативна оцінка ролі ЄС і скептицизм щодо його майбутнього. Зокрема, найбільш повторюваними є тези: *Захід прагне розширити свою геополітичну присутність в Євразії, щоб послабити Росію. Євросоюз і США перебувають у змові проти Росії; Євросоюзу (Шенгенській угоді, політиці сусідства ЄС) приходить кінець; а також, що Росія встає з колін, прогресує всупереч санкціям Заходу* [Як пропаганда з РФ потрапляє в український інфопростір, 2017].

В Україні найчастіше повторюваною думкою було та, що *реформи в країні не проводяться, а рівень корупції суттєво зріс у порівнянні з тим, коли президентом був Віктор Янукович*, каже Андрій Кулаков, представник “Інтерньюз-Україна” – організації,

яка відслідковувала вплив російської пропаганди саме в Україні. За його словами, на другому місці за вживаністю в українських ЗМІ був меседж про те, що *Україна не потрібна Європі, і євроінтеграція – це хибний вибір України*.

2020. Кремлівські ЗМІ продовжують поширювати сформовані ще у 2014-2015 рр. меседжі пропаганди проти України. В російських ЗМІ впливають уже добре знайомі їхній аудиторії пропагандистські повідомлення:

Меседж №1: Розкол України в мовному питанні. Пропагандисти активно шукають і поширюють інформацію, яка б підкріплювала це твердження. Наприклад, низка російських ЗМІ поширила інформацію про сутички в Харкові між прихильниками партії “ОПЗЖ”, що вимагали збільшити кількість навчальних закладів з викладанням російською мовою та націоналістичною (проукраїнською) групою (представники Національного корпусу, Національних дружин, Союзу ветеранів АТО). Заголовки в таких новинах чітко підтверджували меседж про розкол України в мовному питанні: *В Харькове на митинге против норм закона о госязыке произошли стычки*. Для підсилення ефекту в такі новини додаються маніпулятивні беки про нібито повсякденність цієї проблеми: *На Украине регулярно происходят бытовые конфликты из-за языка. Так, писательница Лариса Ницой устроила скандал из-за проводницы, говорившей по-русски, а экс-депутат Ирина Фарион призывала к насилию в отношении русскоязычных украинцев. Летом 2018 года подполковнику погранслужбы страны сломали челюсть в мариупольском кафе после того, как он потребовал меню на государственном языке, а в ноябре прошлого года бывший мэр Славянска устроил скандал в караоке-баре из-за песен Олега Газманова* [Голуб, 2020]. Підкреслюється інформація про дискримінацію російськомовної частини населення. Так, представник Росії при ОБСЄ Олександр Лукашевич “заявил о “двойной” дискриминации русского языка на Украине”.

Меседж № 2. В Україні панує диктат націоналістичної меншості, що перешкоджає налагодженню стосунків з Росією. Одним з головних меседжів російської пропаганди є поширення тотального і радикального націоналізму в Україні. Його переважно пов’язували

з экс-президентам Петром Порошенком. Росія сподівалася, що це зміниться з перемогою Володимира Зеленського, проте, схоже, Зеленський не справдив цих сподівань, оскільки з'являються повідомлення, що він продовжує націоналістичну політику Порошенка. *Зеленский все больше погружается в идеи украинского национализма* – Нарышкин, – повідомляє РІА. Зокрема, заступниця голови Держдуми з міжнародних питань Наталя Поклонська досить чітко висловила з цього приводу:

Она выразила уверенность, что украинский лидер хочет разрешить конфликт в Донбассе, наказать “наглого и вечно пьяного” Порошенко и разогнать “орды” нацистов. Поклонская предположила, что ему “просто не дают” решить эти задачи. Пропагандистську риторику про націоналізм в Україні підтверджують і повідомлення в російських ЗМІ про декомунізацію: *На Украине завели уголовное дело из-за советской символики в ресторане*, у такі новини додають інформацію про нібито націоналістичні організації, що без дозволів зносили пам'ятники.

Меседж № 3. Україна – недодержава, якою маніпулює Захід. Наратив про несаможиттєвість України як держави російські ЗМІ почали поширювати ще з 2014 року, проте нині ці меседжі час від часу продовжують з'являтися в російських медіа: *Украиной управляют извне, заявил РИА Новости первый зампред комитета Госдумы по делам СНГ Виктор Водолацкий, Руководство Украины не управляет процессами, Украиной сегодня управляют извне....*

Російські ЗМІ продовжують формувати у своєї аудиторій образ України як третьорядної держави: *Украина никак не может осознать и смириться с тем, что ее место не рядом с глобальными и региональными державами, ведущими самостоятельную игру (и умеющими это делать), а в группе третьестепенных по значимости восточноевропейских государств, чья задача в ожидании команд из Вашингтона или Брюсселя: а) сидеть ровно и б) тихо* [Голуб, 2020]. До речі, з цих меседжів незрозуміло, хто ж наразі “керує” Україною: Америка чи Євросоюз.

Будь-які повідомлення, що принижують Україну як державу, вітаються в російських ЗМІ. Наприклад, пропагандисти активно підхопили й поширили новину про те, що ведучий програми

“L’eredita” в ефірі італійського каналу RAI назвав Україну *Малоросією*, у новинах цитують слова телеведучого: *Малая Россия – это Украина*, – об’яснив участнику ведучий програми. Згодом уже українські медіа повідомили про те, що ведучий вибачився і публічно визнав некоректність вживання ним словосполучення *Мала Росія* щодо України.

Меседж № 4. Налагодження діалогу між президентами Росії та України. Досить новим меседжем для російської пропаганди є налагодження стосунків між Зеленським та Путіним. Зеленський зазначив, що діалог необхідний для обміну полоненими. Російські ЗМІ подали це узагальнено, без прив’язування до мети, яку він озвучив: *Зеленский рассказал о прямом диалоге с Путиным*. Пізніше прес-секретар очільника Росії Дмитро Пєсков зауважив, що між двома президентами вже встановлено ефективний контакт: *Между двумя президентами, собственно, уже установлен рабочий контакт, весьма эффективный, как показали последние события*. У цих матеріалах просувався меседж, що Росія виступає за добросусідські відносини з Україною: *Кремль придерживается позиции налаживания отношений с Украиной, а не стратегии противостояния* [Голуб, 2020].

Меседж № 5. Невдоволення Зеленським з боку західних партнерів. І поряд із повідомленнями щодо налагодження ситуації з Росією, поширювалися меседжі про ускладнення стосунків Зеленського із західними партнерами. Йдеться про нібито невдоволення Президента Франції Еммануеля Макрона політикою Зеленського. Джерелом цієї інформації став депутат України від проросійської партії “Опозиційна платформа – За життя” Олег Волошин:

Украинский дипломат сообщил о недовольстве Зеленским в Париже; Депутат Рады рассказал о росте недовольства Зеленским в Париже; В Раде рассказали о недовольстве Макрона Зеленским [Голуб, 2020].

Російські ЗМІ продовжують поширювати вже напрацьовані меседжі кремлівських пропагандистів, для цього вони слідкують за подіями в Україні і подають їх так, щоб вони узгоджувалися з російською пропагандою.

Квітень 2021 року. Аналіз російських медіа свідчить, що новинні повідомлення доповнюються новими меседжами, які їх посилюють, а також змінюється їхня першочерговість. Зокрема, це трапляється тоді, коли інформаційні приводи всередині нашої країни дають можливість пропагандистам подати інформацію, що підсилює той чи інший кремлівський наратив. Коли такі інформприводи відсутні, то їх створюють за допомогою поширення фейків.

Меседж № 1: Ініціатором війни на сході є саме Україна. Головним елементом пропагандистської кампанії в квітні 2021 року стала новина про нібито загибель дитини внаслідок обстрілу українським безпілотником у ДНР. Про це з посиланням на “Народну міліцію ДНР” писали російські медіа: РИА Новости, Gazeta.ru, Lenta.ru та інші. Та не одна новина на цьому ресурсі стосувалася зазначеного меседжу: на сайті вийшла стаття *“У ребенка оторвало ногу. Что известно о гибели 5-летнего мальчика на Донбассе”*, в якій навіть розмістили фото дитини. Між іншим, ресурс розмістив і меседж, який цілковито збігається з російським наративом про українських карателів: *“вот так украинская армия воюет с детьми и стариками”* – ці слова атрибутовано нібито бабусі загиблого. Незважаючи на те що досі достеменно невідомо, що відбулося в Александрівському, російська пропаганда активно просувала тезу, що це саме українська сторона винна. На ситуацію про загибель дитини відреагував навіть прес-секретар Путіна Песков і зазначив, що Росія захищатиме громадян Л/ДНР.

В Кремле называют гибель ребенка при обстреле в Донбассе трагедией, горькими последствиями неурегулированности ситуации и считают важным обеспечить безопасность всех граждан самопровозглашенных республик, – заявив Песков [Голуб, 2021]. Загибель хлопчика було маніпулятивно перекручено і використано для поширення та підсилення меседжу про те, що ініціатором війни на сході є саме Україна. Слід зауважити, що для підсилення цього меседжу російські ЗМІ на регулярній основі розміщують новини про порушення режиму тиші саме *ВСУшниками* (саме так називають росіяни українських військових).

Меседж № 2: Україна не ухвалює самостійних рішень і залежна від Сполучених Штатів. Ще одним улюбленим меседжем

російських пропагандистів є те, що Україна жодних рішень самостійно не ухвалює і постійно погоджує свої дії зі США. Він насправді тримає російське суспільство в *тонусі*, адже Кремль уже багато років змальовує Америку як головного ворога Росії і росіян.

Новини на кшталт такої: *Пентагон сообщил об отслеживании активности России в Арктике* – підсилюють цю риторику. Тому спрацьовує правило “друг мого ворога – мій ворог”, і повідомлення про допомогу США Україні автоматично негативно налаштовують громадян Росії проти українців.

На підтвердження наративу про підконтрольність України США прокремлівські медіа розміщують новини: *Госдеп попросил Россию объяснить “провокации” у границы с Украиной; В ДНР заявили о надежде Зеленского получить от США карт-бланш на наступление; Напряжение на Украине: в какую пропасть Запад толкает Зеленского и чем может для него обернуться повторение ошибки Саакашвили; На Украине сообщили о гарантиях поддержки США при конфликте с Россией* [Голуб, 12.04.2021].

Меседж № 3: **Насправді США не готові підтримувати Україну.** Поряд з меседжем про залежність України від Штатів існує інший – про те, що насправді Америка не готова на реальну підтримку України в разі серйозної ескалації. Така риторика спрямована і на громадян Росії, щоб не створювалося враження про надмірну небезпеку противника, і на українців, яким нібито немає, на що сподіватися.

Для підсилення цієї риторики російські медіа вирішили скористатися дописами громадян Китаю в соціальних мережах:

Китайские пользователи Сети сочли участие США в возможном конфликте маловероятным, – пишет РИА Новости. – Русские хороши, и Соединенные Штаты провалятся в яму, как только протянут “руку помощи”, – написал Aries. “Янки все еще собираются работать по старому образцу: начать драку – купить оружие – заработать денег”, – написал h. “Если начнется война, Украина проиграет в одно мгновение, а за ней встряхнутся три балтийские страны”, – уверен guan_15851021342992”. І звісно доповнює цей список меседж

про мощь Росії: Если война начнется, Россия за пять дней завоюет восемь стран НАТО.

На підтвердження риторики про неготовність Штатів допомагати Україні російські медіа вишукують потрібні повідомлення і в українському інформаційному просторі. Пропагандисти активно поширили слова генерал-лейтенанта і депутата ВР Михайла Забродського, який зазначив, що *“военнослужащие США никогда не будут участвовать в войне за Донбасс”* (Лента.ру). Цей меседж, яким активно скористалися росіяни, саме з такою самою риторикою поширив її проросійський блогер і політик Анатолій Шарій на своєму ресурсі Шарий.net.

З'являється час від часу в російських медіа і екс-прем'єр-міністр, що втік до Росії, Микола Азаров. Слів Азаров не добирає і називає Штати *“господарем України”*: *“Выполняет команды американских хозяев”*: *бывший премьер-министр Украины объяснил метания Киева по переговорам в Донбассе* [Голуб, 12.04.2021].

2022 рік не став винятком і звісно, що кількість меседжів проти України суттєво зросла. Меседжів може бути декілька й інколи вони навіть суперечать один одному. До прикладу, перед початком повномасштабного вторгнення російська пропаганда поширювала такі меседжі: *Україна готувалась напасти на Білорусь; Україна готувалась напасти на Крим; Україна готувалась напасти на Придністров'я*. Водночас Росія постійно повторює меседж про *слабкість української армії* [Ілюк, 2022].

На першому етапі війни росіяни запустили два ключові меседжі, спрямовані на розкол суспільства: *випустить чоловіків за кордон, бо вони тут з'їдять всі наші запаси* і другий – *спроба спричинити релігійні бунти по відбору церков московського патріархату*. Обидві атаки провалилися. Зараз окупанти шукають теми, які не так розколюють суспільство, як сіють паніку, тому й поширюють меседжі про ядерну війну, атаки. Ядерний удар – це їхній останній козир в рукаві, який можна застосовувати, коли всі інші аргументи вичерпано. Зараз це блеф, направлений на паніку українців з одного боку і на умовний колективний Захід, який теж повинен почати боятися і почати розмовляти з Путіним по-іншому

[Меседжі про російську ядерну атаку – елемент інформаційної війни та блеф РФ, 2022]. Радник очільника МВС Вадим Денисенко назвав ядерну атаку останнім козирем РФ, а меседжі про неї – елементом інформаційної війни та спробою посіяти паніку серед українців. Він додав, що президент Росії завжди грав у підняття ставок, але зараз він програв, тому що піднімати ставки вже нікуди.

Червень 2022. Меседж № 1: Розкрадання фінансової та військової допомоги. Про розкрадання фінансової допомоги Кремль розповідав ще до початку повномасштабного вторгнення. І російські пропагандисти регулярно повторюють цей меседж, зазначаючи, що в українських військових погане забезпечення, вони використовують застарілу техніку тощо.

Меседж № 2: Неспроможність українських воїнів опанувати озброєння НАТО, яке надходить до України. Російські засоби масової інформації постійно зауважують у новинних повідомленнях про те, що українці розумово недалеко і, як наслідок, неспроможні опанувати воєнну техніку західних країн, яку ті постачають в Україну.

Меседж № 3: Примус України до перемовин, оскільки Україна винна у світовій продовольчій кризі [Розкрадання допомоги та примус до переговорів – меседжі російської пропаганди, 2022]. Росіяни переконані, що Україна, під тиском воєнних операцій, підсилених пропагандою та тиском західних країн змушена буде сісти за стіл перемовин. Тому щоразу у російських новинах звучать зазначені вище меседжі. Загалом ці тези постійно повторюють у російських медіа і розповсюджують через лояльних до Кремля експертів.

Меседж № 4: Краще мир на будь-яких умовах, ніж активні воєнні дії. Такий меседж фіксується у групі кремлівських телеграм-каналів із самого початку вторгнення. Проте зі зростанням кількості жертв серед цивільних дедалі частіше пропагандисти намагаються схилити українців до того, що Україні нібито не потрібні Крим чи Донбас, “якщо стільки людей гине”. “Тут дуже важливо комунікувати, що Росія не зупиниться. Тобто допоки мир не буде на наших умовах, гарантій безпеки в Україні також не буде”, – ідеться в матеріалі [Лепеха, 2022].

Меседж № 5: Мовне питання. Мовне питання – штучне і роздухане російською пропагандою. “Проте це той коник, із якого Росія не буде злазити, навіть якщо він здох”, вважає “Детектор медіа”. Зараз його використання може мати неочікуваний і негативний ефект. До прикладу, мем про “паляницю” в українських російськомовних групах у соцмережах намагаються зробити токсичним. Ботоподібні профілі підбурюють російськомовних почуватися “гіршими українцями” або й зовсім не українцями, бо вони не можуть вимовити це слово.

Це – ті меседжі, які найактивніше просуваються наразі в російському інформаційному просторі. Проте їх значно більше, і вони не зникають, адже ключовим завданням пропаганди є формування сталої картинки бачення росіянами України, яке неможливе без постійного повторення.

3.3. Наративи

На відміну від візуальних і звукових символів, слова знайомі і зрозумілі мови у звичайних умовах комунікації сприймаються лише з погляду сенсів, ідей, що стоять за ними. Подвійна матеріально-ідеальна природа знака залишається поза увагою, внаслідок чого створюється хибне враження про можливість мати справу з ментальними сутностями (змістом, думками, концептами, перцепціями тощо), так би мовити, напяму [Мельничук, 1987: 3–14.]. Насправді прямого, неопосередкованого матеріально вираженими знаками доступу до смислу ми не маємо, відтак шлях до розуміння когнітивної сфери гібридної війни пролягає через вивчення символів, слів і наративів, що її репрезентують [Парахонський, Яворська, 2019: 27].

У сучасних умовах усюди працюють наративи як структури, що організують вербальну інформацію. Прикладом може бути структура російського наративу про Грузію та Україну. В його основі – ролі Рятівника, Жертви, Ворога. Україна чи Грузія – це Ворог, народ – це Жертва, а Росія – Рятівник [див. Cantina, 2015]. Наратив дозволяє побачити порядок у хаосі, він відкидає другорядні деталі, зосереджуючись на головному. Всі кольорові революції змінюють

наратив влади на свою користь. Як вважає, наприклад, англійській історик Стречен, Друга світова війна базувалася на кращому наративі перемоги добра над злом, під час Першої світової війни такого єдиного наративу для всіх не було.

Російський наратив як російський погляд на події активно поширюється Росією, як і той наратив, котрий буде зроблений під конкретну країну впливу для зміни її масової свідомості. Наратив також лежить в основі м'якої сили, бо відповідає тому, що саме хоче розповідати про себе країна [Почепцов, 2018].

У російських наративах важливий елемент – створення образу ворога, чи йдеться про Другу світову війну чи про російську агресію 2022 року проти України. Відмінність лиш у тому, чи наратив розпіарений, чи ні. До прикладу, наратив-погроза: *Діди воювали. Можемо повторити*. Слід зазначити, що Росія не є головним переможцем і визволителем Європи. Одну з найвищих цін за перемогу над нацизмом заплатила саме Україна, на рівні з Польщею та Білоруссю. Близько 20% Червоної Армії складали українці. Міжнародним визнанням внеску українців у перемогу над нацизмом було надання УРСР членства в ООН.

Друга світова війна – одна з улюблених тем російської пропаганди. У Другій світовій загинуло понад 14 млн. українців – це найбільші втрати серед країн і народів. Було зруйновано майже 700 міст і містечок. Після вигнання нацистів, було репресовано та депортовано щонайменше півмільйона українців, майже чверть мільйона кримських татар, болгар, вірмен і греків. Спекуючи на темі Другої світової війни, російські пропагандисти акцентують увагу на порятунку ледь не особисто Путіним всіх від нацизму. Українців намагаються переконати, що, по-перше, Росія, по-друге, Путін, по-третє, його режим є не такими поганими як є насправді.

2017 рік. У 2017 році Міністерство інформаційної політики України зібрало сім найбільш поширених наративних тематик, які Кремль спрямовує проти України у рамках своєї інформаційної агресії.

Наратив № 1: Як погано жити в Україні. Цей наратив охоплює низку тем, зокрема: політична й економічна криза; протести, політичні скандали та заяви Опоблоку чи проросійської опозиції;

неминуче падіння влади Порошенка; Захід втомився від України; обман; все рівно на кордоні треба мати купу документів; зубожіння українців; немає грошей на ту Європу тощо. Низький рівень життя в Україні пов'язаний з діяльністю МВФ, яку представляють негативні сюжети: “кабала”; “МВФ не дасть гроші”; “гроші вкрали”. Цей же наратив доповнюють сюжети про небажання Заходу допомагати Україні, про скорочення або припинення допомоги, або про “розчарування” в реформах чи в самої України; про енергетичну кризу в Україні. Ці теми доповнюють сюжети про проблеми з вугіллям, газом, АЕС, ТЕС, ТЕЦ, про збитки від блокади, про підвищення тарифів на ЖКХ. Серед них достатньо негативних сюжетів, які стосуються безвізового режиму Україна-ЄС.

Наратив № 2: Відміна санкцій проти Росії; Зняття санкцій з РФ.

Коментарі чи заяви стосовно “зняття санкцій найближчим часом”, або про “втому Заходу від санкцій” чи “небажання країн Заходу продовжувати санкції”.

Наратив № 3: Дискредитація ЗСУ (“ЗСУ обстріляли Донбас”).

Цей наратив представлений сюжетами про “військові злочини ЗСУ”, про “іноземних найманців та інструкторів в ЗСУ”, про “шалені втрати” чи “пияцтво”. Заяви Росії, терористів чи будь-кого іншого про “небажання Києва виконувати Мінські угоди”, про зрив Мінських угод, коментарі щодо роботи СММ ОБСЄ, тощо.

Наратив № 4: Україна відмовляється від Донбасу (“Київ відмовився від Донбасу або втрачає його”). Усі заяви стосовно того, що нібито “Київ робить все, щоб втратити Донбас”; “Київ знищує Донбас”; “Геноцид Донбасу”; “економічна блокада, торгова блокада, невиплата пенсій та соцвиплатків в ОРДЛО” тощо. Цей наратив доповнюють заяви ватажків терористів і будь-які висловлювання терористів про Україну та окуповані території.

Наратив № 5: КримНАШ. Наратив представлений заявами РФ та окупаційної влади про Крим та їхню діяльність щодо півострова. Наголошують на неймовірному *покращенні* після анексії.

Наратив № 6: Україна підтримує тероризм. Поширюючи такий наратив, російські пропагандисти наголошують на зв'язку України з ісламістами: “Підготовка в Україні ісламістів для війни в Сирії”; “передача зброї ісламістам”; “ісламістські батальйони на Донбасі”

тощо. Росія знаходить українських диверсантів у Криму, Донбасі чи в РФ, розкриває підготовку диверсій, викриває терористів, терористичні акти і підводить до висновку про те, що Україна пов'язана з терористами.

Наратив № 7: Україна – радикальна. Він переповнений сюжетами про “розгул радикалів, неонацистів, націоналістів, фашистів, вандалів” тощо. Будь-які сюжети про утиски російської мови або російськомовних в Україні розширюють даний наратив. Російські ЗМІ повідомляють про русофобію у Києві, ненависть до всього російського, спроби українців переписати історію, зневагу українців до спільного минулого та перемоги над нацизмом [Мінінформполітики назвало сім наративів, які використовує Кремль у війні проти України, 2017].

2018 рік. Група з аналізу гібридних загроз Українського кризового медіа-центру (УКМЦ) представила нове дослідження риторики трьох топових російських телеканалів (Россия 1, Первый канал та НТВ) щодо України з 1 липня 2014 року по 31 грудня 2017-го. Згідно результатів, 33% проаналізованих повідомлень в ефірі цих телеканалів стосувалися України. Дослідникам вдалося виявити шість найбільш поширених наративів про Україну, всі з яких були присутніми в ефірах цих каналів впродовж трьох років.

Перші два наративи є такі: *В Україні відбувається громадянська війна* та *Україна – не справжня держава*. Перший наратив таврує Збройні сили України, тобто їх делегітимізують тому, що ЗСУ нібито вчиняють злочини проти мирного населення, проти людяності. Вони, начебто, несуть величезні втрати і є джерелом порушення перемир'я, встановленого за допомогою Росії. Другий наратив про те, що Україна – це *недодержава*, російські телеканали намагаються довести шляхом делегітимізації всіх органів державної влади України [Толокольнікова К. На російському ТБ існує 6 основних наративів, спрям проти України, 2018].

Третім є наратив про те, як Росія допомагає Донбасу. *Це 15% усіх згадок про Україну й одне зі свідчень того, як російська влада намагається обґрунтувати для свого населення, з одного боку, чому Крим взяли у “русский мир”, а Донбас – не взяли. З іншого боку, знижується рівень напруженості на самому Донбасі,*

тому що місцеве населення, яке там живе, також хоче розуміти відповідь на це запитання, – зазначив один із авторів і радник віце-прем'єр-міністра з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України Руслан Кавацюк.

Четвертий наратив, на думку експертів УКМЦ, охоплює усі історії про те, що в Україні, начебто, панує масова русофобія й переслідується російськомовне населення. П'ятий стосується того, що владу в Україні, мовляв, захопила *“радикальна і фашистська меншість”*, від якої населення треба захистити. Шостим є те, що Україна – це начебто маріонетка Заходу (цьому присвячено 6% повідомлень). Саме цьому наративу пасують новинні повідомлення російського ТБ про досягнення України. “Якщо Україна, наприклад, досягнула безвізу – це сталося тому, що Захід займається заграванням з Україною. Якщо Україні щось не дали – це означає, що Захід карає свою маріонеткову Україну” [Толокольнікова, 2018]. Для таких сюжетів канали часом беруть коментарі у фейкових закордонних експертів, тим самим російська пропаганда намагається переконати аудиторію, що вибір шляху на Захід не є успішним на противагу “росському миру”. Головними об'єктами всіх наративів є українські держоргани – тобто ті, хто заважають РФ здійснювати свою політику в Україні. Для повідомлень на цих каналах характерний знущально-висміювальний тон. В ефірах цих каналів відбувається дегуманізація України й українців.

Липень 2022 року. Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки проаналізував теми, які найчастіше повторювали прокремлівські Telegram-канали в Росії в липні 2022 року. Головною темою для пропаганди, як і в червні, залишається дискредитація ЗСУ. Їй було присвячено третина (32%) від усіх популярних дописів. 18% дописів стосувалися прославлення збройних сил Росії. Кремль намагається і далі переконувати росіян, що Захід та НАТО є агресорами. Цьому було присвячено 14% повідомлень. Водночас у вигаданому світі путінської пропаганди Захід переживає занепад і хаос: 11% повідомлень просували такий наратив. Вдвічі більше ніж у червні, у липні 2022 року, пропаганда писала про зрадників у середині Росії – 6% усіх дописів. І в чотири рази більше стало повідомлень про те, що санкції не вплинуть на російську економіку – 6%.

Інші наративи пропаганди в липні: Росія є серйозним глобальним гравцем – 4%; Україна – маріонетка Заходу – 2%, Україна – неспроможна держава – 2%, в Україні процвітає нацизм – 2% [Кушнерик, 2022]. Ще 3% сумарно набрали такі теми: на Заході русофобія; вторгнення Росії в Україну виправдане; заохочення росіян для підтримки війни; прославлення радянської історії.

Путінська пропаганда не полишає в спокої ЗСУ, намагаючись перекласти провину за свої злочини та геноцид проти українців на самих українців, а також, розвалити українську армію зсередини, – коментує результати дослідження Ігор Соловей, керівник Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки. – Історія про агресивний Захід має пояснити росіянам, що вони нібито жертви цієї війни та тільки захищаються, а головне – чому вже майже пів року величезна і “відроджена Путіним” Росія не може впоратися з “недодержавою” Україною. Збільшення постів про *росіян-зрадників*, а також про санкції, показує, що і перша, і друга тема є болючими для режиму.

В інформаційному просторі Росії та України одночасно розповсюджується наратив, який деструктивно впливає на наступальний потенціал українського суспільства. Йдеться про вигаданий ворожими підрозділами ІПСО (інформаційно-психологічних операцій) міфічний конфлікт між вищими органами військово-політичного керівництва, а саме протистояння Генерального штабу Збройних сил України з Офісом президента та Міністерством оборони. Як правило, цей наратив розповсюджується в Telegram-каналах та ЗМІ, втім не лише російських. Цей наратив підхоплюють і деякі українські ресурси та спікери, – зазначила заступниця міністра оборони України. За словами Маляр, тактичною метою цієї інформаційної операції ворога є максимальне розповсюдження потрібної агресору ідеї, виклик емоційної реакції на неї і, як наслідок, маніпуляція сприйняттям подій загалом. “Оперативна мета – створити конфлікт всередині військово-політичного керівництва нашої держави та всередині суспільства. Стратегічна мета: ослабити центр прийняття державних рішень та ослабити оборонний та наступальний потенціал нашого суспільства. Простими словами – якщо ми всі між собою пересваримось – нас легше зламати і завоювати.

Цього ворог і добивається”, – написала вона. Заступниця міністра назвала деякі ознаки таких маніпулятивних публікацій. “Найчастіше маніпулятивні наративи інформаційної операції привертають увагу своїми кричущими заголовками, які неодмінно викликають бурхливу емоційну реакцію. Варто також відзначити невизначеність та неоднозначність джерела в подібних повідомленнях на кшталт *неназвана особа з Офісу Президента або наше джерело в Міністерстві оборони*, – йдеться у повідомленні [Клочко, 2022].

17.07.2022. Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони назвав основні теми, які поширювались у російських пропагандистських ЗМІ впродовж 17-23 серпня 2022 року. За даними центру, російські ЗМІ поширювали тезу про те, що Україна має піти на переговори з РФ щодо завершення конфлікту. Зокрема, російські ЗМІ стверджували, що в разі затягування конфлікту Україна нібито ризикує втратити державність, а Росія готова до переговорів та пропонує “цілком прийнятні умови”. Водночас російська пропаганда заявляла, що деякі країни ЄС (як-от Польща, Угорщина) нібито готуються до анексії територій України.

Другим поширеним наративом є теза російських ЗМІ про втому Заходу від конфлікту. Пропагандисти писали, що Захід нібито загалом втомився від війни, від підтримки України та санкцій проти РФ і починає послаблювати їх, а в якийсь момент не витримає протистояння з РФ і припинить підтримувати Україну [ЦПД зібрав добірку ворожих наративів за тиждень, 2022].

Доповнює вище згадані наративи теза про те, що Україна продає західну зброю на чорному ринку. За інформацією ЦПД, пропагандисти писали, що від початку постачань західної зброї Україні чорний ринок почав насичуватись цією зброєю, що говорить про “ненадійність України як партнера”, і Захід має комплексно оцінити негативні наслідки цих постачань.

19.08.2022. Міністерство оборони назвало декілька наративів, які активно просувала російська пропаганда упродовж другої половини серпня 2022 року. За словами заступниці міністра оборони України Ганни Маляр, мета тез пропаганди ворога, які поширювалися протягом вище зазначеного часу, демотивувати українців,

зруйнувати їхній наступальний потенціал та посіяти розбрат всередині суспільства.

Російська пропаганда поширювала такі наративи:

Наратив № 1: Україна замерзне взимку. За словами заступниці міністра, прояви цього наративу відстежуються у повідомленнях про ракетні удари Росії по тепломережах, теплоелектростанціях та електростанціях, стрімке зростання ціни на газ, відключення України від ЗАЕС. *“Звісно, ця зима не буде простою для всіх нас – це очевидно, адже ворог пошкодив певну інфраструктуру. Втім, це не означає, що ми замерзнемо. Державна влада розуміє проблему і працює над її вирішенням, щоб забезпечити належні умови для життєдіяльності наших громадян взимку”*, – наголосила Маляр.

Наратив № 2: Захід звинуватив Україну в тотальній корупції та зменшив допомогу. Маляр зазначила, що наратив російської пропаганди про те, що Захід нібито звинуватив Україну в тотальній корупції, нецільовому використанні гуманітарної допомоги та нібито зменшив допомогу, працює на створення негативного іміджу України в очах західних партнерів. *Слід зауважити, що ми продовжуємо активно співпрацювати з нашими західними партнерами, що допомагає нам ефективно боротись з ворогом. Спільні зусилля дозволяють досягати поставлених цілей та впевнено рухатись до перемоги. Важливо зрозуміти, що якби консолідація зусиль з Заходом була непрозорою та безрезультатною, навряд чи Кремль витрачав би стільки зусиль на це питання та дискредитацію*, – написала заступниця міністра, наголосивши, наші західні партнери продовжують підтримувати Україну.

Наратив № 3: Протистояння Генерального штабу з Офісом президента та Міністерством оборони. Простежувалась також цього тижня чергова хвиля дискредитації військово-політичного керівництва України та вигадування внутрішнього конфлікту, а саме протистояння Генерального штабу з Офісом президента та Міністерством оборони. Висмикування з контексту та узагальнення – ось чим користуються російські пропагандисти в цьому випадку. Всі ці чутки не мають під собою підстав

і використовуються виключно з метою дестабілізації психологічного стану суспільства, – написала Мальяр [Клочко, 2022].

Окрім ЗСУ, російська пропаганда спрямовує свій деструктивний потенціал на дискредитацію країн-сусідів України, зокрема на дискредитацію Польщі. Сьогодні Польща – це один із основних партнерів України, який надає всіляку підтримку. Відповідно, Росія не втрачає можливостей погіршити стосунки двох країн: користується не найкращими сторінками спільної історії, а також створює нові наративи про Польщу.

Наратив 1: Польща планує захопити західну частину України. Цей наратив російські ЗМІ та публічні особи почали активніше використовувати з початку повномасштабного вторгнення, однак він існував і раніше. Базується він на історичній пам'яті українців про період, коли західні території України входили до складу Польщі. Відтак, за словами російських пропагандистів, Польща бажає відновити свою державу, яку мала раніше, загарбавши й частину українських земель.

Поштовхом до нової хвилі російських фейків став анонс Зеленського законопроекту про особливий статус польських громадян в Україні. Він – аналогічний закону про підтримку українських біженців, який прийняли в Польщі. Як наслідок, російські медіа поширюють тези про те, що “польська поліція зможе виконувати функції на території України”, а “громадяни Польщі зможуть займати посади суддів та проходити службу в ЗСУ”. Також, почали ширитись слова колишнього президента Януковича, що “Україні доведеться піти на фактичне злиття з Польщею”. Втім, усі ці тези – хибні, адже відсутня будь-яка інформація про деталі майбутнього закону від офіційних джерел та представників влади. Наразі немає жодних підстав говорити про вторгнення Польщі на територію України. Більше того, це стало б порушенням багатьох принципів та норм міжнародного права. Польщі, як члену Європейського Союзу, НАТО та учасниці низки інших європейських форматів співпраці, такі дії нанесли б колосальної шкоди в усіх можливих сферах. Двостороннє співробітництво між Україною та Польщею здійснюється винятково в межах договірно-правової бази та з урахуванням принципів та норм міжнародного права.

Наратив 2: В Україні діють біо-лабораторії за участі Польщі та інших країн НАТО. Це також неправда, оскільки насправді Україна ніколи не укладала з іншими країнами угод, які б передбачали розміщення на її території лабораторій із виготовлення біологічної зброї. Нагадаємо, цей наратив російська пропаганда активно використовувала ще з початку пандемії в 2020 році – наче вірус COVID-19 винайшли в Україні.

Україна дійсно співпрацює з урядами інших країн в галузі медицини, це звичне явище. Одна з них – співпраця України з США, яка розпочалась у 1992 році. З 2005 року Сполучені Штати та МОЗ ведуть спільну дослідницьку діяльність в рамках “Угоди про ліквідацію стратегічних ядерних озброєнь та запобігання розповсюдженню зброї масового знищення від 25 жовтня 1993 року”. Але жодної підтвердженої інформації щодо створення біологічної зброї немає. Така діяльність заперечувала б основоположні документи як України, так і НАТО. Адже, по-перше, Україна не є членом НАТО, тому альянс не може вести діяльність на території України. По-друге, створення військових об’єктів інших держав на її території заборонено Конституцією. Також цю інформацію вже спростували в СБУ та Центрі протидії дезінформації.

Наратив 3: ГУР використовує громадян Польщі для розвідувальної діяльності в Молдові та Польщі. Ймовірно, поширення цього наративу стало реакцією на зміни до Закону України “Про розвідку”. 14 квітня 2022 року Верховна Рада ухвалила законопроект, чим розширила повноваження української розвідки – тепер ГУР має право залучати громадян інших країн до своєї діяльності. Однак Головне управління розвідки України не надавало інформації про залучення громадян Польщі до розвідувальної діяльності. Це звинувачення – безпідставне через відсутність інформації з офіційних джерел.

Наратив 4: Польща планує окупувати Придністров’я. Згідно з російською пропагандою, Польща розпочала процес створення ударного загону на території Румунії та готує напад на території Молдови, а також невизнаного Придністров’я. Як і у випадку з другим наративом, такі дії Польщі стали б порушенням багатьох принципів та норм міжнародного права і завдали б непоправної шкоди репутації Польщі як цивілізованої та правової держави.

Також цей наратив вже спростував Урядовий центр безпеки Польщі [Наративи РФ, 2022].

Наратив 5: Російські медіа розганяють фейк, нібито Міжнародний Комітет Червоного Хреста (МКЧХ) у Маріуполі ще до окупації збирав медичні картки дітей, щоб потім продавати їх на органи. Також поширюють фейки про те, що в Маріуполі з 2019 року готувалися до українських провокацій із хімічною зброєю. У МКЧХ заявили, що організація не збирає медичні картки дітей та не причетна до торгівлі органами. У маріупольському офісі Комітету не було медичних карток дітей. А тренування МКЧХ по захисту в умовах хімічної небезпеки не доводять, ніби в Маріуполі готувалися застосувати хімічну зброю. У багатьох країнах, де є або були збройні конфлікти, МКЧХ може готувати своїх працівників до роботи в надзвичайних умовах, зокрема хімічної атаки.

Наратив 6: Пропагандисти стверджують, мовляв на Запорізькій АЕС зберігають 30 тон плутонію та 40 тон збагаченого урану, які можна використати для створення ядерної зброї. На Запорізькій АЕС не зберігалися уран та плутоній, які можна було б використати у військових цілях. На АЕС зберігаються відпрацьовані тепловидільні збірки – ядерне паливо. Однак таке відпрацьоване паливо є на всіх АЕС світу.

Наратив 7: Україна винна у хімічних атаках. Російські ЗМІ пишуть, що нібито наприкінці травня 2022 року ЗСУ, під час відступу, підірвали цистерну з азотною кислотою на заводі “Азот” у Северодонецьку, щоб отруїти міста Рубіжне і Кременна Луганської області. Слід зауважити, що упродовж часового проміжку, коли у мережі поширювалась дезінформація про обстріл заводу “Азот” українськими військами, Северодонецьк перебував під повним контролем України, отже ніяких причин обстрілювати завод в української сторони не було. Натомість в цистерну з азотною кислотою на хімзаводі влучили російські окупанти. Після витоку кислоти вітер дув в іншому напрямку від міст Рубіжне та Кременна [Наративи РФ, 2022].

Розповсюдженням всіх цих наративів Росія сподівається знищити внутрішню консолідацію українського суспільства та послабити міжнародну підтримку України її партнерами.

Висновки до розділу 3

Постправа є інструментом маніпулювання громадською думкою і свідомістю. Російські ЗМІ створюють серйозну загрозу для інформаційної безпеки України, оскільки поширюють недостовірну або відверто неправдиву інформацію; маніпулюють громадською думкою; формують негативний імідж державних структур, розпалюючи недовіру до влади; є інструментом поширення російської пропаганди; розповсюджують матеріали, що призводять до розпалювання міжетнічної ворожнечі, порушення конституційного ладу, посягання на безпеку держави, суспільства чи окремої особи.

Інформаційна війна охоплює низку понять, таких як фейки, меседжі та наративи. Найменшим змістовим поняттям є фейки. Їх багато і їх продукують регулярно. Об'ємнішими за змістом є меседжі – чіткі і зрозумілі повідомлення. Вони є цільовими. Меседж складається з фейків, тобто Росія використовує фейки, напівправди та маніпуляції, щоби наповнити меседж, сформувавши його. Їх значно менше, ніж фейків, оскільки, щоби сформувати та просунути меседж, потрібні ресурси. Збірка меседжів об'єднується в наратив, таку собі історію, оповідь, що пояснює світ навколо. Мета наративів – сформувати певний світогляд. Саме наратив є стратегічно найважливішим, бо меседжі можна модифікувати, а наратив – це стала історія.

Важливим інструментом постправи стали фейкові новини, – повністю або частково вигадана інформація про суспільні події, справжніх людей або про речі, явища, яка подається у ЗМІ під виглядом справжніх журналістських матеріалів. Фейки тісно переплітаються з емоціями, які сьогодні часто сприймають як точки зору. Серед ключових фейків слід зазначити такі: *економіка РФ досить сильна, тому санкції Євросоюзу та США не можуть на неї суттєво вплинути; українці тікають на захід країни, рятуючись від обстрілів ЗСУ; українські бійці використовують цивільних і цивільні об'єкти для облаштування пунктів дислокації; українські військові підривають хімічно-промислові об'єкти, створюючи загрозу хімічних атак.*

Фейки формують меседж. Починаючи з 2014 року Росія транслиувала низку меседжів: *Євросоюз розвалюється, реформи в Україні провалились, добробут пострадянських країн пов'язаний винятково з Росією; розкол України в мовному питанні; в Україні панує диктат націоналістичної меншості, що перешкоджає налагодженню стосунків з Росією; Україна – недодержава, якою маніпулює Захід; західні партнери невдоволені Зеленським; українська влада розкрадає фінансову та військову допомогу; українські воїни неспроможні опанувати озброєння НАТО тощо.*

Фейки та меседжі формують наративи. Найбільш поширеними наративними тематиками, які Кремль спрямовує проти України у рамках своєї інформаційної агресії виявились такі: *в Україні погано жити; санкції проти Росії не працюють; Україна відмовляється від Донбасу; КримНАШ; Україна підтримує тероризм; Україна – радикальна; в Україні відбувається громадянська війна; Україна – несправжня держава; Росія допомагає Донбасу; в Україні панує масова русофобія й переслідується російськомовне населення; Україна – це маріонетка Заходу тощо.* Російська пропаганда також поширювала такі наративи: *Україна замерзне взимку; Захід звинуватив Україну в тотальній корупції та зменшив допомогу; протистояння Генерального штабу з Офісом президента та Міністерством оборони; Польща планує захопити західну частину України; в Україні діють біо-лабораторії за участі Польщі та інших країн НАТО; ГУР використовує громадян Польщі для розвідувальної діяльності в Молдові та Польщі; Польща планує окупувати Придністров'я; Україна здійснює хімічні атаки.*

Розповсюдженням всіх цих наративів Росія сподівається знищити внутрішню консолідацію українського суспільства та послабити міжнародну підтримку України її партнерами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Голуб Олена. Старі та нові меседжі російської пропаганди. *Інститут масової інформації*. 21.02.2020. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/stari-ta-novi-mesedzhi-rosijskoyi-propagandy-i31783>
2. Голуб Олена. Що наразі просуває російська пропаганда. *Інститут масової інформації*. 12.04.2021. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/shho-narazi-prosuvaye-rosijska-propaganda-i38578>
3. Гордієнко Т. Постправда як тренд: Ukrainian style. *DM. Media sapiens*. 2017. URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/19964/2017-11-06-postpravda-yak-trend-ukrainian-style/>
4. Держстат України. 2020 р. URL: <https://ukrstat.gov.ua/Noviny/new2020/zmist/novini/povidoml.htm>
5. Зінкевич Лала. Інфекція під назвою “Фейк”. *Українська правда*. 17 липня 2017 р. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2017/07/17/7149427/>
6. Ілюк Ксенія. Інформаційна війна — це не тільки фейки. *DM media sapiens*. 31 березня 2022 року. URL: <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/29264/2022-03-31-informatsiyna-viyna-tse-ne-tilky-feyky/>
7. Ключко Надія. Конфлікт між Залужним і офісом Зеленського: Міноборони розставило крапки над «і». *Главком*. 17.08.2022. URL: <https://glavcom.ua/country/politics/konflikt-mizh-zaluzhnim-i-ofisom-zelenskoho-minoboroni-rozstavilo-krapki-nad-i-868753.html>
8. Ключко Надія. Три нові фейки РФ. Міноборони звернулося до українців. *Главком*. 19.08.2022. URL: <https://glavcom.ua/country/society/tri-novi-fejki-rf-minoboroni-zvernulosja-do-ukrajintsiv-869156.html>
9. Ключко Надія. Російська економіка розвалюється: Держдеп розвіяв міфи роспропаганди про санкції. *Главком*. 23.08.2022. URL: <https://glavcom.ua/world/world-politics/rosijska-ekonomika-rozvaljujetsja-derzhdep-ssha-rozvivav-mifi-rospropahandi-pro-sanktsiji-870007.html>
10. Корольов Є. Чому «постправда» стало іменником року, або Як соцмережі знищують дискурс. *Tech today*. 2 грудня 2016 р. URL: <https://techtoday.in.ua/news/chomu-postpravda-stalo-imennikom-roku-abo-yak-sotsmerezhi-znishhuyut-diskurs-68674.html>

11. Кушнерик Тетяна. Пропагандисти РФ намагаються очорнити ЗСУ: дослідження. *Главком*. 09.08.2022. URL: <https://glavcom.ua/news/okupanti-866810.html>

12. Лепеха Ярослав. Які наративи використовує кремлівська пропаганда. *Суспільні новини*. 17 березня 2022 р. URL: <https://suspiilne.media/218468-aki-narativi-vikoristovue-kremlivska-propaganda/>

13. Ліпкан В.А. Національна безпека України. Київ: КНТ, 2009. 576 с.

14. Луман Н. Медиа коммуникации. М.: Логос, 2005. 276 с.

15. Марків Олександр. Постправа та фактчекінг – тренди сучасної комунікації. *Наука та освіта: ключові питання сучасності*. 18 травня 2018 року. Том 11. С. 112-119.

16. Маркова М., Сліпченко С., Перевошиков К., Дудка Е. Про історичну єдність брехні та Володимира Путіна. *Вокс Україна*. 21 липня 2021 р. URL: <https://voxukraine.org/ru/ob-ystorycheskom-edynstve-lzhy-y-vladymyra-putyna/>

17. Мельничук О.С. Методологічні проблеми аналізу співвідношення ідеального і матеріального в сфері мови. *Мовознавство*. 1987. № 1. С. 3-14.

18. Мінінформполітики назвало сім наративів, які використовує Кремль у війні проти України. 12 червня 2017 р. *Детектор Медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/126898/2017-06-12-mininformpolityky-nazvalo-sim-naratyviv-yaki-vykorystovuie-kreml-u-viyni-prot-y-ukrainy/>

19. Меседжі про російську ядерну атаку – елемент інформаційної війни та блеф РФ, – Денисенко. *Еспресо*. 1 квітня 2022 р. URL: <https://espresso.tv/mesedzhi-pro-rosiysku-yadernu-ataku-element-informatsiynoi-viyni-ta-blef-rf-denisenko>

20. Наративи РФ. *VoxCheck*. 28 липня 2022. URL: <https://www.facebook.com/VoxCheck/posts/1519270208404479>

21. Парахонський, Б, Яворська, Г. Онтологія війни і миру: безпека, стратегія, смисл: монографія. 2019. Київ: НІСД. 560 с.

22. Почепцов Георгій. Інформаційні фактори посилення і послаблення військової дії. *ДМ Media sapiens*. 21 січня 2018 р. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/20418/2018-01-21-informatsiyni-factory-posylennya-i-poslablennya-viyskovoi-dii/>

23. Путін попросив ввести війська в Крим через інсценовану стрілянину та «липові» жертви. *Українська правда*. 2 березня 2014. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2014/03/2/7017125/>

24. Піддубний Олександр. Теорія культивування (Cultivation Theory). *Piddubny.com*. 01.10.2015. URL: <https://www.piddubny.com/teoriya-kultyvuvannya-cultivation-theory/>

25. Проект Закону про корінні народи України. Верховна Рада України. 29.06.2021. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=71931

26. Розкрадання допомоги та примус до переговорів – меседжі російської пропаганди – ТСН. *YouTube*. Спецвипуск ТСН за 14 червня 2022 р. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UnxAVeIRqJO>

27. Саноцька Н.Я. (2017). Контури постправди в інформаційному суспільстві. *Актуальні проблеми філософії та соціології* (20). С. 108-111. DOI: <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i.799>

28. Стаття Владимира Путина «Об историческом единстве русских и украинцев». Оpubликована в разделах: Новости, Выступления и стенограммы. 2 июля 2021 г. URL: <http://kremlin.ru/events/president/transcripts/66181>

29. Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій: практичний посібник / [Л. Компанцева, О. Заруба, С. Череватий, О. Акульшин; за заг. ред. О. Давліканової, Л. Компанцевої]. Київ: ТОВ «ВІСТКА», 2022. 278 с.

30. Толокольнікова К. На російському ТБ існує шість основних наративів, спрямованих проти України – дослідження УКМЦ. *ДМ media sapiens*. 24.05.2018. URL: <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/21216/2018-05-24-na-rosiyskomu-tb-isnuie-shist-osnovnykh-naratyviv-spryamovanykh-proty-ukrainy-doslidzhennya-ukmts/>

31. Фейк про катастрофічну ситуацію з ліками в Україні. *VoxCheck*. 9 серпня 2022. URL: <https://www.facebook.com/VoxCheck/posts/1519270208404479>

32. Фейки про біженців. Як Росія намагається змусити ненавидіти переселенців. *Vox Ukraine*. 3 серпня 2022. URL: <https://www.facebook.com/VoxCheck/photos/a.258957094435803/1818680915130072>

33. Фейк про Одеську поліклініку. *VoxCheck*. 2 серпня 2022. URL: <https://www.facebook.com/VoxCheck/videos/5299345763489904>

34. Фейки про медицину та здоров'я. РФ. *VoxCheck*. 26 липня 2022. URL: <https://www.facebook.com/VoxCheck/posts/1519270208404479>
35. ЦПД зібрав добірку ворожих наративів за тиждень. *УКРІНФОРМ*. 17.07.2022. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3531185-cpd-zibrav-dobirku-vorozih-narativiv-za-tizden.html>
36. Чуткий А.І. Історія України. Київ: МАУП, 2006. 352 с.
37. Щодо інформаційно-психологічної складової агресії Російської Федерації проти України (за результатами подій 1-2 березня 2014 року). Аналітична записка. 11.03.2014. НІСД – Національний Інститут Стратегічних Досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/informaciyni-strategii/schodo-informaciyno-psikhologichnoi-skladovoi-agresii>
38. Як пропаганда з РФ потрапляє в український інфопростір. *DW*. 13.03.2017. URL: <https://www.dw.com/uk/%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0-%D0%B2-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96-%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%80%D1%96%D0%B2%D0%BD%D1%96-%D0%BC%D0%B5%D1%81%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D1%96-%D1%82%D0%B0-%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B8-%D0%BA%D0%BB%D1%8E%D1%87%D1%96/a-37914176>
39. Cantina Carl's. The #FutureOfWar and the Fight for the Strategic Narrative. *Medium*. March 25, 2015. URL: <https://medium.com/@clausewitzrocks/the-futureofwar-and-the-fight-for-the-strategic-narrative-1e07fefc69a8>
40. Keyes R. The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life. St. Martin's Press, 2004.
41. Postman Neil. Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business, N.Y.: Penguin Group, 1985. 173 p.
42. Tesich S. A Government of Lies. *The Nation*. January 6-13, 1992. P. 12-15.
43. Wardle Claire. Fake news. It's complicated. First Draft. February 16, 2017. URL: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>
44. World Economic and Financial Surveys. *World Economic Outlook Database*. IMF. 2022. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2021/April/weo-report?c=914,913,963,918,960,944,967,921,943,962,964,968,922,942,186,926,&s=NGDPRPPPPC,NGDPDPC,&sy=2019&ey=2026&ssm=0&scsm=1&scc=0&ssd=1&ssc=0&sic=0&sort=country&ds=.&br=1>

РОЗДІЛ 4

ІНСТРУМЕНТИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

Епоха постправди виявилась досить сприятливою для інтенсифікації інформаційної війни та поширення пропаганди, що виступає симулякром політики. Так, пропаганда підмінює політику там, де політика дає збій та не досягає результату. Декларування політичних досягнень та успіхів, політичної діяльності в цілому замінює саму політичну діяльність. В результаті створюється квазіреальність, в основі якої лежать альтернативні факти та альтернативна інтерпретація подій. Смысл існування альтернативної реальності в тому, щоб переконати реципієнтів в її існуванні. При цьому правду не приховують, а змішують з брехнею. У підсумку стає важко відрізнити правду від вигадки [Висоцький, 2018 :132].

Постправда є інформаційною та політичною технологією, що діє через використання механізмів змішування істинного з хибним, емоціоналізації, популізму, когнітивних спотворень масової свідомості, актуалізації та об'єктивації бажань з метою забезпечення симпатій широкої аудиторії до її джерела, а також легітимації певного роду політики та її суб'єктів. На відміну від правди, яка корелює з об'єктивною істиною, постправда, репрезентуючи альтернативний погляд та оцінку реальності, робить ставку на ірраціональні аспекти свідомості та поведінки людини, на її егоїстичні інтереси, знаходячи виправдання свого існування в результативності та ефективності своєї дії. В суспільно-політичному просторі постправда виступає як новий вид пропаганди, що виправдовує морально сумнівну політику майбутніми вигодами її реалізації. Фактично, доба постправди визначається тим, що політика припиняє орієнтуватися на універсальну справедливість, стає політикою зневаги до меншин та громадян інших країн [Висоцький, 2018 :132].

В інформаційній війні, як і в конвенційній війні, використовують низку методів впливу. Як зазначає Е. Тоффлер, традиційно використовують “одні й ті ж шість інструментів. Це як гайкові ключі, призначені для викручування мізків”. До таких інструментів дослідник відносить: звинувачення у звірствах; гіперболізація, підвищення ставок (солдатам і цивільним кажуть, що під загрозою все, що їм дорого); демонізація і (або) дегуманізація противника; поляризація (“хто не з нами, той проти нас”); заява про божественну місію; метапропаганда, тобто пропаганда, спрямована на дискредитацію пропаганди противника [Тоффлер, 2005. С. 248-252].

Водночас, традиційно виокремлюють такі її методи інформаційної війни: 1) дезінформування та маніпулювання. Цей метод передбачає заздалегідь спланований та продуманий обман чи введення об’єкта, на якого спрямована інформаційна агресія, в оману з метою подальшого впливу на його свідомість; 2) пропаганда – дії, спрямовані на зміну світогляду аудиторії на користь Російської Федерації; 3) намагання змінити громадську думку – спроби вплинути на настрої суспільства і викоринити усталені уявлення про державність та патріотизм. Відтак, зобразити Росію як країну, що подарує процвітання та мир; 4) психологічний та психотропний тиск – спонукання до дій, вигідних Російській Федерації, шляхом шантажу та залякування; 5) поширення чуток – розповсюдження повідомлень, правдивість яких неможливо підтвердити; 6) навіювання любові та поваги до так званих *нових героїв* Росії, а також до *нових героїв нових територій* (а насправді окупованих територій) так званих ДНР та ЛНР, які полягли за *батьківщину* [Семен, 2018: 25].

4.1. Дезінформування, маніпулювання та пропаганда

Основним інструментом дезінформування населення в інформаційній війні є засоби масової інформації, серед яких – друковані медіа, радіо, телебачення, Інтернет-ресурси. Інформаційна війна, відповідно до її функціональної спрямованості, передбачає дезінформування, маніпуляції інформацією та використання пропаганди. Маніпулювання – це спосіб психологічного впливу, спрямований на зміну напрямку активності аудиторії, її ідей, думок,

поглядів. За допомогою маніпулювання можна домогтися швидкої зміни життєвих установок. Краще усвідомити механізм впливу на точку зору реципієнта інформації допоможе ієрархічна структура соціального мислення, яку представляють таким чином (Flament, Rouquette, 2003):



Схема 4.1.1. Механізм впливу пропаганди на точку зору реципієнта

Впливаючи на точку зору читача / глядача чи слухача, пропагандисти можуть змінити переконання цінності, норми, соціальні уявлення та ставлення цільової аудиторії. Вони активно використовують маніпулятивні техніки. Маніпуляція свідомістю – це своєрідне контроль духовного стану людей, управління їхньою поведінкою шляхом нав'язування їм ідей, стереотипів поведінки, вигідних суб'єктів впливу. Розрізняють три рівні маніпулювання: 1) посилення існуючих у свідомості людей потрібних маніпулятору ідей, мотивів, цінностей; 2) часткові, незначні зміни поглядів на ті чи інші події, процеси, факти, що впливає на емоційне і практичне ставлення аудиторії до того або іншого феномену; 3) докорінна зміна життєвих установок шляхом поширення серед аудиторії сенсаційних, надзвичайно важливих для неї повідомлень [Варій, 2003 : 223-224].

У значній кількості випадків пропаганду трактують як термін, тотожний інформаційній війні. Водночас, існують різні трактування терміну пропаганда. Американський дослідник Джеймс Браун називає пропаганду системою поглядів, що впливають на

емоційний стан інших [Brown, 1975: 82]. Американські науковці Гарт Джоветт і Вікторія О'Доннел називають пропаганду наперед прихованою спробою сформувати сприйняття, розум і поведінку суспільства для досягнення корисливих цілей [Jowett, O'Donnell, 1992: 4]. Спроби формування думки аудиторії в інформаційній війні – неминучі. У реципієнтів немає часу перевіряти достовірність кожного повідомлення із загального інформаційного потоку. Коли інформація нам подобається, ми охоче приймаємо це повідомлення, а коли не подобається – ставимо захисні фільтри і називаємо цю інформацію пропагандою [Лири, Стюарт, 2022: 21].

Механізм роботи пропаганди і маніпуляції – добре описаний і передбачає: 1) апелювання до емоцій і особистих переконань аудиторії; 2) умисне замовчування об'єктивних або таких, що суперечать заданій концепції фактів, тобто увагу акцентують лише на необхідній частині інформації, тоді як іншу просто приховують; 3) інформаційне перевантаження, трансляція безперервного потоку новин, основна частина якого складається з абстрактних міркувань; 4) комбінування правди і брехні; 5) поява інформації у *вдалий* момент, тобто коли вона найбільш очікувана; 6) про-вокація бурхливої реакції аудиторії за допомогою представлення *сенсаційного* смислового навантаження змісту повідомлення [Мазунова, 2020: 9].

Дезінформування, маніпулювання та пропаганда – це технології, які активно використовують в інформаційній сфері, вони мають маніпулятивний характер і спрямовані на те, аби ввести в оману якомога ширше коло цільової аудиторії для виведення з ладу процесів управління суспільством.

У ході маніпулювання інформацією було вироблено низку прийомів, серед яких: інформаційне перевантаження, дозування інформації, *велика неправда*, змішування фактів із припущеннями, зволікання часу, своєчасна неправда тощо [Варій, 2003 : 225].

Застосовуючи прийом інформаційного перевантаження, журналісти, пропагандисти повідомляють значну кількість інформації, основною частиною якої є абстрактні міркування, лишні деталі, дрібниці. Унаслідок використання такого прийому людина, об'єкт впливу, не може розібратися в суті проблеми.

У ході дозування інформації дають тільки частину повідомлення, а решту ретельно приховують. Це призводить до того, що реальна картина спотворюється або взагалі виявляється незрозумілою.

Серед поширених маніпуляцій зазначають фреймінг, під яким розуміють когнітивне упередження, коли люди реагують на певний вибір по-різному, в залежності від контексту, тобто, того, як такий вибір подається – як програш чи виграш. Якщо мета виступу показати ситуацію в державі у позитивному світлі, то порівнюють з країнами, де все набагато гірше. І навпаки.

Окрім вище згаданих технік, технології деструктивної комунікації, типової для інформаційної війни, узагальнені Г. Почепцовим [Почепцов, 2016], зокрема такі: 1) перерозподіл інформаційної ваги гравців призводить до інформаційних інтервенцій у картини світу ЦА; 2) керування сприйняттям передбачає використання найменувань, що формують емоційну оцінку ситуації, а не фактичних даних; 3) керування героїкою. Сприйняття світу змінюється через трансформацію його героїки або утримання старої героїки на противагу тій, що вводиться новою реальністю. “Будь-яка соціальна зміна принципово змінює список героїв, що веде до боротьби не тільки з героями, але і з пам’ятниками як їхньою символізацією”; 4) керування парадоксальністю базується на блокуванні раціональності, оскільки парадоксальність людини, факту, теорії захоплює увагу ЦА й не дає можливості включитися критичному мисленню; 5) керування сакральністю базується на зв’язку символічних та соціальних об’єктів, оскільки патріотизм значною мірою лежить у цій площині сакральності. Пропаганда вибудовує весь свій ряд об’єктів (героїв, історію) саме під кутом зору досягнення ними сакральності; 6) керування історією будується на пошуку позиції, з якої можна створювати нову історію держави.

Російські ЗМІ активно використовують інформацію як інструмент маніпуляцій. Російські ЗМІ активно застосовують такі методи пропаганди: створення загрози; навішування ярликів; апелювання до авторитету; демонізація ворога; спрощення фактів; виривання із контексту; буденна розповідь; емоційний резонанс; спільна думка.

4.2. Методи російської пропаганди

Здійснюючи інформаційну війну проти сусідніх держав, Росія активно та ефективно використовувала методи інформаційного впливу. У четвертому розділі ми розглянемо ті методи інформаційної війни, яку розпочала Росія проти України. Серед таких методів слід зазначити: створення загрози, навішування ярликів, апелювання до авторитету, демонізація ворога, спрощення фактів, виривання із контексту, буденна розповідь, багаторазове повторення, поширення чуток.

4.2.1. Метод створення загрози

Саме соціальні антагонізми суспільства активно демонструються в сюжетах ЗМІ за допомогою використання методів пропаганди. Одним з найпоширеніших прийомів у висвітленні військових конфліктів є метод *створення загрози*. Цей метод використовують переважно для формування і підтримки існуючого політичного режиму і демонізації політичного противника і опозиції, представляючи їх кримінальниками, провокаторами, вбивцями. Як правило, такі сюжети базуються на емоційній складовій, коли цільова аудиторія, глядачі настільки обурені моторошними історіями, що їм не потрібні жодні істотні докази. Не важливо, наскільки правдивий сюжет, якщо він відображає картину світу тих, кому адресований.

РФ досить ефективно використала даний метод перед початком повномасштабної війни проти України. У новинний простір вкидалися повідомлення про загрозу нападу України на Росію, Білорусь. Достатньо процитувати промову Путіна від 21 лютого 2022 року:

В марте 2021 года Украина приняла новую Военную стратегию. Этот документ практически целиком посвящён противостоянию с Россией, ставит целью втягивание иностранных государств в конфликт с нашей страной. Стратегия предлагает организацию в российском Крыму

и на территории Донбасса, по сути, террористического подполья [Обращение президента Российской Федерации, 21 февраля 2022].

Упродовж попередніх років, починаючи з 2014 року, Росія постійно спекулювала загрозою з боку НАТО, Західних країн, які вже давно хотіли захопити територію Росії, хоча з точки зору здорового глузду ця ідея – провальна, оскільки Росія активно торгувала з країнами Заходу і тому не було ніякого сенсу захоплювати Росію, оскільки Захід і так мав необхідні ресурси. Проте, Путін та решта російських політиків були переконані в тому, що НАТО загрожує Росії:

США и НАТО приступили к беззастенчивому освоению территории Украины как театра потенциальных военных действий. Регулярные совместные учения имеют явную антироссийскую направленность. Только в прошлом году в них участвовало более 23 тысяч военнослужащих и свыше тысячи единиц техники [Обращение президента Российской Федерации, 21 февраля 2022 г. Кремль].

Проте, на думку російських пропагандистів, загроза Росії існувала постійно. Навіть ця ідея стала приводом нападу Росії на Україну. Як пояснювали російські політики та пропагандисти, Росія випередила Захід і Україну, як маріонетку Заходу і здійснила превентивний крок, тобто напад, щоб убезпечити себе від загрози.

4.2.2. Навішування ярликів

Російські політики та журналісти, поширюючи новинні повідомлення, подають їх у негативному світлі, зневажливо відгукуються про українських військових, керівництво України, звичайних українців. Таким чином вони створюють негативний образ українських бійців, розвивають у читача несприйняття дій української влади. У масового читача це викликає негативні асоціації, породжує недовіру і страх, ненависть і зневагу до всього українського. Порівняймо як висловились ведуча російського ТБ О. Скабеева про українців:

Данилов, – маргинал в Украине. Господин Данилов – гопник и отморозок и такие же журналисты с ним общаются, его уровня. Данилов и все отмороженное окружение ведет болтовню, которую пора заканчивать. Они заработали на наказание и ни у кого нет сомнения, что они заслуживают наказания, ни у ДНР, ни в ЛНР, ни в России. Есть признаки продолжить демилитаризацию, конечно. Пока Украина милитаризована, она, конечно, как обезьяна с гранатой [60 минут последний выпуск от 25.07.2022].

Ведуча зі зневагою та ненавистю охарактеризувала Олексія Данілова, Секретаря РНБО України. А Україну порівняла з мавпою, яка не усвідомлює що робить. Таке ставлення не дивує, оскільки проплачені російські журналісти та політики ненавидять Україну, українців і все українське.

Чого тільки варта заява постійного представника РФ при міжнародних організаціях у Відні (Австрія) Михайла Ульянова, який закликав знищити українців. Михайло Ульянов опублікував у Twitter допис із закликом не жаліти українське населення. «Жодного милосердя українському населенню!» — написав дипломат [Собенко, 2022]. Пізніше він видалив свій пост, але скріншоти допису збереглися.

Увагу привертає ток шоу “60 минут” з ведучим Євгенієм Поповим від 14.04.2022. В обговоренні поточної ситуації, зокрема спеціальної воєнної операції, Ігор Коротченко, головний редактор журналу “Национальная оборона” зазначив: *Кулеба – русофоб. Такие представляют политическую элиту Украины. Украинцы – это бесправные, забитые рабы на плантациях Европы. Их там привозят на плантации Португалии, Польши и они там собирают клубнику. Ну, о чем вы говорите. Вы гопак исполняете со спущенными штанами* (це він про українців) [Ток-шоу 60 минут. 14.04.2022].

Росіяни зневажають і ненавидять українців, і, при найменшій можливості, намагаються їх принизити і немає значення чи це еліта РФ чи пересічні росіяни.

4.2.3. Апелювання до авторитету

Російські ЗМІ регулярно використовують цей метод у новинних повідомленнях. Зазвичай це – відомі російські політики, оплачені західні журналісти, аналітики чи навіть симпатичні Росії, президента Путіна, члени або керівники міжнародних організацій, які підтримують Росію. Типовим прикладом може слугувати скандальна заява правозахисної організації Amnesty International, представники якої заявили, що українські військові використовують школи і лікарні як військові бази і тим самим піддають небезпеці цивільних [Ukraine: military endangering civilians by locating forces in residential areas – new research, 2022]. Ця заява миттю розлетілась в засобах масової інформації Росії, оскільки підтверджувала оманливі заяви російського уряду та політиків. Нікого не цікавило, що ця організація не надала конкретних фактів порушень, і її дослідження носить загальний характер, що вказує на те, що такі заяви про порушення з боку української армії мають характер інформаційної операції для дискредитації ЗСУ та підтримки постачання озброєння. У цій ситуації складається враження, що згадана міжнародна організація забула той факт, що це Росія напала на Україну. Це Росія вбиває, обстрілює житлові квартали і чинить геноцид українського народу. РФ як держава-терорист порушує всі норми міжнародного гуманітарного права.

У російських ЗМІ метод апелювання до авторитету стосується, в більшості випадків, заяв і виступів президента Путіна. Матеріал подають так начебто він – мудрий правитель, досвідчений військовий стратег і найкраще знає, що потрібно у тій або іншій ситуації, йдеться про війну чи економіку. Російські засоби пропаганди переконують аудиторію в тому, що його коментарі, висновки, розповіді – це істина. Автори таких повідомлень формують образ величної Росії на чолі якої – мудрий вождь і політик президент Володимир Путін. Практично щодня основні новинні канали РФ поширюють заяви та коментарі В. Путіна щодо ситуації в Україні, Криму тощо. Як це нагадує політику та пропаганду колишнього СРСР, в якому прославляли Леніна та керівників комуністичної партії, Л. Брежнєва та йому подібних.

4.2.4. Демонізація ворога

В усіх війнах, які розпочинала Росія, її пропагандисти, журналісти та політики демонізували ворога, спочатку Чечня, перша та друга війна в Чечні, задля якої ФСБ навіть підривало спальні квартали російських міст [Фельштинский, Литвиненко, 2015]. Потім Грузія в 2008 році, Україна в 2014, Сирія в 2015 році, і повномасштабна війна проти України в 2022 році. У кожному, із вище зазначених випадках, вороги загрожували Росії, свободі чи демократії, а насправді заважали інтересам РФ, війни в Чечні дали змогу Путіну отримати владу, створили йому образ захисника Росії, безстрашного лідера, який знає вихід із ситуації і здатний вести країну. Путіну тоді вдалося із посади прем'єр-міністра балотуватись на посаду президента, завдяки жорсткій позиції стосовно Чечні.

Щодо України, то образ ворога активно формувався упродовж 2013-2014 років, коли Росія зрозуміла, що Україна виходить зі сфери її впливу і потрібен був привід для агресії проти Києва. Власне з того часу в російських ЗМІ формуються образи нацистів і бандерівців, з екранів російського ТБ та на інтернет-платформах звучать наративи про загрозу для населення Росії та Південно-Східної України. Увагу акцентують на тому, що *бандерівці* під проводом США прийдуть і знищать російськомовне населення Східної України, тому їх необхідно терміново рятувати, і таким рятувальником, звісно, є Росія. Російські засоби масової інформації зображають Україну, її керівництво, населення, у негативному, зловісному світі, натомість, про Росію говорять як про сильну країну, яка захистить своїх братів від *укрофашистів*.

Демонізація ворога стимулює суспільний страх перед невідомим, сприяє згуртуванню суспільства перед обличчям ворога. А найкращий спосіб продемонструвати демонічну природу ворога – це показати живі приклади його звірств, бажано за участі жінок, дітей і людей похилого віку.

Демонізація Росією України спрямована проти інституцій, керівництва, ЗСУ та народу України. Численні заголовки новин, на кшталт, *влада Києва планує знищити все російськомовне населення Донбасу* і подібне – це намагання, в першу чергу,

підкреслити нелегітимність української влади та створити образ нацистської держави під проводом *загниваючого* Заходу. Другим аспектом є демонізація армії. Для населення Донбасу українську армію вербалізують в образі фашистів, хижаків, які прийшли вбивати та ґвалтувати власний народ. Демонізації підлягають місцеві активісти, які намагаються чинити опір окупантам. Зазвичай їм навішують різні ярлики фашизму, націоналізму, колабораціонізму [Демонізація ворога як засіб пропаганди, 2020]. Очевидно, що все це відбувається з метою виправдання війни і насильства. Росія навмисне вдається до демонізації, щоб викликати у населення страх перед спільним невідомим, для того, щоб цим народом маніпулювати та агітувати його на вбивство собі подібних.

4.2.5. Спрощення фактів

Під спрощенням фактів розуміємо подачу інформації без заглиблення в суть явища, що призводить до викривлення повідомлення.

Спрощення фактів спостерігаємо в численних російських наративах. До прикладу, підтримувати наратив про *визволення України* допомагають історії про переслідування українським урядом *незгідних*. Так, в квітні 2022 року, в інформаційному просторі поширили повідомлення, що в Україні засудили на смерть синод російської православної церкви. Мовляв, про це заявив керівник Головного управління розвідки Кирило Буданов. Та насправді українська розвідка оприлюднила інформацію про священників РПЦ, які співпрацюють з ворогом. І там взагалі не йшлося про смертну кару, яка в Україні давно скасована. В повідомленні зазначалося, що *пропагандисти в рясах за вказівкою кремля проповідують доктрину “русского мира”, яка не відповідає православному вченню. Услід за російською офіційною пропагандою, служителі рпц виправдовують російську агресію, геноцид українського народу та закликають своїх вірян поповнювати лави російських окупаційних підрозділів* [Служителі російської православної церкви – солдати пропагандистської армії росії, 2022]. Насправді служителі РПЦ МП активно співпрацюють з російськими пропагандистами та окупаційними підрозділами інформаційно-психологічних

операцій та налаштовують вірян проти України, її ЗС, тим самим порушуючи закони і здійснюючи злочини проти територіальної цілісності та населення України.

12 жовтня 2022 року Українська правда опублікувала повідомлення від пресслужби СБУ, начальника поліції Вінницької області Івана Іщенко про те, що Служби безпеки України підтвердила викриття керуючого однієї з єпархій УПЦ МП на Вінниччині Іонафана, який виправдовував агресію РФ і розпалював міжконфесійну ворожнечу серед вірян:

В рамках роботи із нейтралізації загроз державній безпеці слідство встановило, що навіть після початку повномасштабного вторгнення окупаційних військ в Україну священнослужитель підтримував політику Кремля та схвалював дії РФ. Митрополит на власному інтернет-ресурсі розміщував публікації, які містять заклики до розпалювання міжконфесійної ворожнечі. Ініційована СБУ експертиза підтвердила протиправний характер дій зловмисника [Романенко, 2022].

Незважаючи на очевидні факти, російські пропагандисти спростують і викривляють інформацію офіційних органів влади, наполягаючи на тому, що в Україні спостерігається дискримінація громадян за релігійною ознакою.

4.2.6. Виривання із контексту

У новинних повідомленнях журналісти-пропагандисти повідомляють лише частину фактів даної події. Автори подають інформацію односторонньо і поверхнево, звісно, на користь Російської Федерації.

Відсутність успіхів своєї армії російські ЗМІ намагаються компенсувати новинами про обстріли Донецька, міркуваннями про те, як під впливом Заходу “Київ саботує переговорний процес”, і тезами про бажання українських військових спричинити техногенну катастрофу в Україні, пошкодивши енергоблоки Запорізької АЕС. Ось як описують загрозу обстрілів з боку українських ЗС:

С каждым днем артудары наносятся все ближе к энергоблокам, что несет непосредственную угрозу жизни сотен тысяч мирных граждан на территории Украины, а также стран Европы и Азии [Союз Росії та Китаю проти “диявольської демократії Заходу” й розкол в українських органах влади, 2022]. Російські пропагандисти цитували слова занепокоєння з боку МАГАТЕ щодо ситуації на АЕС, проте виривали слова з контексту і добігали власного упередженого висновку:

...Руководство МАГАТЭ осознает реальный риск ядерной катастрофы, который создают киевские нацисты для всего мира. Водночас вони навмисне забували цитувати засудження гендиректором МАГАТЕ насильницьких дій, які російські загарбники вчиняють щодо персоналу ЗАЕС, або те, що в приміщенні ЗАЕС окупанти розмістили військову техніку, про що повідомляв український Енергоатом.

Виривання з контексту як пропагандистський прийом є зручним інструментом зомбування аудиторії.

4.2.7. Буденна розповідь

Цей метод – доволі простий, проте дієвий. Його суть полягає в тому, що автори публікацій та ведучі російських телепрограм спокійним тоном подають інформацію про трагедії в зоні АТО, про звірства на заході України, злочини ЗСУ тощо. Такі новини подають у вигідному світлі та з таким виглядом, начебто йдеться про звичайний день, і не відбулося нічого особливого. Спочатку в глядачів, читачів і слухачів може й виникатимуть якісь запитання, проте тривала обробка мізків цільової аудиторії зробить свою справу і росіяни перестають реагувати на повідомлення щодо вчинених звірств. Такі речі для них стають буденними. Фактично, вони *звикають* до насильства. До прикладу, буденною історією стало повідомлення від “РИА Новости”:

Высокоточным оружием ВКС России нанесен удар по пункту временной дислокации: украинского «инострannого легиона» в районе города Николаев. Уничтожено до

250 наемников и более 20 единиц военной техники», – сообщили в оборонном ведомстве [Минобороны: база «иностранного легиона» с 250 наемниками уничтожена под Николаевом, 2022].

Проте, ця новина далека від реальності. Насправді, голова Миколаївської ОВА В. Кім опублікував відео нічних вибухів у Миколаєві. Віталій Кім зазначив, що внаслідок обстрілів кілька осіб дістали поранення, зруйновано гуртожиток, пошкоджено дві багатоповерхівки, продовольчі магазини, сімейна амбулаторія та школа [ЦПД пояснює: як працює механізм «буденної розповіді» в дезінформації]. Проте, російська аудиторія навряд чи шукатиме факти. На жаль, слухачі та глядачі російської пропаганди надають переваги буденним неіснуючим перемогам російської армії, ігноруючи реальність.

4.2.8. Багаторазове повторення (метод Геббельса)

Нав'язування дезінформації відбувається шляхом її постійного втовкмачування в голови людей. Діє принцип “Брехня, повторена тисячу разів, стає правдою” [8 методів пропаганди, 2022]. Цим методом старанно користуються російські пропагандистські ЗМІ у повсякденній практиці. Ефективність цього методу підтверджує теза російських ЗМІ – *“8 лет бомбили Донбасс”*, яка з'явилася відносно недавно [Воєнна пропаганда РФ, 2022]. Її створили і почали поширювати буквально перед початком повномасштабної війни. Але вона так щільно увійшла до мозку російського громадянина, що росіяни навіть не замислюються, що це – новотвір. Вона стала невід'ємним елементом образу України та ЗСУ, демонізації країни та уособленням негативних характеристик, які притаманні українцям. І в цьому зіграв роль такий елемент пропаганди, як багаторазове повторення. Коли на всіх російських телеканалах, на всіх пропагандистських шоу регулярно озвучували одну й ту саму фразу десятки разів. Зміст полягав у тому, що її необхідно було використати кілька разів упродовж шоу і це було обов'язковим елементом. І ось ця фраза настільки щільно засіла у мозку

рядового росіянина, що раціональними аргументами її розбити неможливо. Багаторазове повторення меседжу допускає незначні варіації. А в ситуації, коли незручно для росіян правду важко приховати, вони використовують режим множинності версій.

Повторення – один із принципів російської пропаганди, який дав можливість аудиторії повірити у найбільший абсурд. У рамках пропаганди постійно повторюється один ключовий меседж, у якому слухачів, глядачів хочуть переконати. Людський мозок і наша психіка працюють так, що чим частіше людина чути певну інформацію, тим більша імовірність, що зрештою людина повірить у неї. При цьому не важливо, наскільки абсурдною ця інформація може бути. Чим вона абсурдніша, тим більша необхідність її повторювати. У медіапросторі Росії принцип повторення працює ефективно на усіх рівнях: усі телеканали перебувають під контролем Кремля, потужна цензура онлайн дозволяє контролювати доступ до інформації [Трощинська, 2022].

Двома ключовими напрямками роспропаганди є дегуманізація та постійне повторювання. Їх поширюють за допомогою різних способів: телепрограми, художні фільми, сфера культури, – “українці не такі”, “українці є гіршими від росіян”, “нацисти”, “їх необхідно знищити”. Це один з прикладів, напрямів, для яких використовують принцип повторення.

Можна говорити й про переписування історії. Це те, у чому російські влада та медіа люблять звинувачувати усіх, крім себе. У силу вступає тотальність принципу повторення: дітей вчать на відповідно укладених підручниках з історії, вони ходять у музеї, де експозиції представлені певним чином. З 2014 року росіяни, використовуючи принцип повторення, завдали значної шкоди іміджу України, оскільки її сприймали як надзвичайно корумповану країну. Так її сприймали міжнародні партнери через призму російської пропаганди. Повторюваний наратив про Україну, як *недодержаву*, у якій “практично не працюють інститути”, був одним з основних [Трощинська, 2022]. Він частково був сформований на реальних проблемах. Як наслідок, у 2022 році, особливо на початку повномасштабної війни Росії, Україна мала значні проблеми із поставками зброї, оскільки деякі країни, Франція та Німеччина, мали

переконання, що Україна настільки корумпована, що їй небезпечно давати зброю. Багаторазове повторення як пропагандистський прийом активно використовує Росія в інформаційній війні проти України.

4.2.9. Інтерпретація подій

Інтерпретація подій передбачає підміну понять. Починаючи з 2014 року Росія заперечувала власну участь у війні проти України. Всі заяви зводились до того, що на Сході України розпочалася і триває громадянська війна, або *их там нет*. Факт присутності росіян на Донбасі визнавали представники ОБСЄ, зокрема у жовтні 2018 року Александр Гуг, на той момент ще представник СММ ОБСЄ в Україні, в інтерв'ю виданню “Foreign Policy” зазначав, що місія ОБСЄ фіксувала на Донбасі людей із ранговими знаками Російської Федерації [Степанюк, 2021]. Крім того, представники СММ ОБСЄ говорили з полоненими, які заявляли, що є військовослужбовцями Збройних сил Росії [Ongoing Violations of International Law and Defiance of OSCE Principles and Commitments by the Russian Federation in Ukraine, 2020]. Згодом, у січні 2020 року, на сайті місії США в ОБСЄ зазначили, що ОБСЄ фіксувала перекидання військової техніки з російської території в Україну.

Неодноразово про присутність російських військ на Сході України заявляли розслідувачі з Bellingcat. Наприклад, у 2014-2015 рр. тисячі російських військовослужбовців брали участь у бойових діях на сході України і були нагороджені медалями за свою діяльність у ході цих операцій. Ці дані показують, що в конфлікті проти України брали участь від 3 до 10 тисяч російських військових [Российские солдаты в Украине, 2016].

Зміна інтерпретацій подій добре простежується на прикладі низки публікацій агенціями Росії. Заголовок новини: *В Севастополі аеропорт “Бельбек” заховачен російськими військовослужбовцями* [Киреева, 2014], потім – *Аеропорт “Бельбек”, находящийся близ Севастополя, взяли под контроль российские военнослужащие* (тобто вони вже не “захопили”, а “контролюють”). А далі:

Из компетентных источников журналисты узнали, что военные прибыли на место, “чтобы не допустить прилета каких-то боевиков” [Киреева, 2014]. Насамкінець “Крымские отряды самообороны рассредоточились по периметру аэродрома Бельбек” (окремо в тексті підкреслюється – “российские военнослужащие не имеют никакого отношения к происходящему в аэропорту Бельбек”) [Щодо інформаційно-психологічної складової агресії Російської Федерації проти України, 2014].

Підсумовуючи, слід зазначити, що в публічному дискурсі РФ, в російських ЗМІ, істина перестає бути принципово важливою, а постправа – звичним явищем. Її використання полягає в особливому акцентуванні на емоційному аспекті публічної дискусії, одночасно нівелюючи факти. І це не поодинокі тенденції, а єдиний і цілісний феномен деконструкції соціально-політичної та культурної дійсності в сучасному інформаційному суспільстві, і зокрема в інформаційному просторі Росії. Ці процеси насамперед підривають взаємну довіру між громадянами і владою і, як наслідок, прогресує байдужість до брехні в публічному просторі.

4.2.10. Суспільна думка

Для посилення меседжів і наративів у інформаційній війні Росія використовує ще один інструмент – пропагандистський прийом *суспільна думка*. Росіянам регулярно кажуть, що в Україні до влади прийшли нацисти. І цю думку транслюють усі канали РФ та інтернет-платформи. Та ще й доповнюють такий шквал інформації результатами соціологічного опитування, згідно з яким, 80% росіян поділяють таку думку. І звісно, що навіть той, хто сумнівався, починає думати таким самим чином. Слід зазначити, що в значній кількості росіян відсутнє критичне мислення. Ситуація погіршується тим, що тих, хто думає інакше б'ють, переслідують, ув'язнюють, тому вибір залишається без вибору.

10 жовтня 2022 року Росія здійснила масований обстріл території України: Київщини, Житомирщини, Хмельниччини,

Тернопільщини, Львівщини, Сумщини, Харківщини, Полтавщини, Дніпропетровщини та інших областей України. Після обстрілів російські пропагандисти раділи масованій атаці так, начебто вона була спрямована проти осередків нацизму, про що вони тривалий час заявляли в російських ЗМІ. Зокрема, Алексей Ісаєв, російський військовий історик, у спеціальному випуску заявив:

Я получил невероятное наслаждение, когда уже приходили по телеграмму сообщения о ракетных ударах по Украине [Помста за Керченський міст? 2022].

Аналогічні думки висловив Дмитрій Єгорченков, російський політолог:

Хотелось произнести фразу из культового кинофильма: развалинами Рейхстага удовлетворен [Помста за Керченський міст? 2022].

На кадрах видно центр Києва, розбиті автівки, воронки від ракет, зруйновані будівлі. І спостерігаючи руйнування цивільної інфраструктури, російські пропагандисти говорять про вбивства мирних жителів як про норму військових дій, ігноруючи міжнародні норми і Женевську конвенцію. Чого варті слова В. Соловйова:

...200 ударов и да очень жалко мирных жителей. Все понятно, но 10 человек мирных как раз показывает, что мы, как раз, понимаем куда мы били, как мы били... [Помста за Керченський міст? 2022].

Російський пропагандист, Конstantin Долгов взагалі договорився до того, що заявив:

Эти удары не по гражданской инфраструктуре. Вот это очень важно на мой взгляд всем понимать. Эти удары абсолютно по военной инфраструктуре, инфраструктуре войны. Сейчас каждый водопровод на Украине работает не на мирных жителей, он работает на войну [Помста за Керченський міст? 2022].

Тобто росіяни продовжують поширювати наратив про те, що їхні обстріли здійснюються по військових об'єктах.

Не відстає від решти і О. Скабєєва:

Мы действительно бьем не по мирным жителям, а мы уничтожаем инфраструктурные объекты, объекты военные, в первую очередь. Многие задавали вопрос почему мы бездействуем, доколе, они пришли в наш дом, они попытались уничтожить Крымский мост... [Помста за Керченський міст? 2022].

Виявляється, що масована ракетна атака 10 жовтня була по військових об'єктах, тільки чомусь гинули цивільні, а українці прийшли до росіян додому, а не росіяни напали на Україну і руйнують міста, села країни, нищать інфраструктуру, вбивають і гвалтують мирних жителів. Проте не варто дивуватись, оскільки з точки зору російських пропагандистів їхня країна воює проти нацистів, цю божевільну ідею втокмачували в їхні голови політики і пропагандисти різного ґатунку десятки років і переконують їх у протилежному успіху ЗСУ, сотні тисяч убитих і поранених російських військових, кількість яких зростає щодня.

4.2.11. Поширення чуток

Поширення чуток і міфів. Чутки – це специфічний вид інформації, що з'являється спонтанно серед певних прошарків населення, або розповсюджується спеціально для впливу на суспільну свідомість [Дзюба, Жарков, 2006: 240]. Чутка як специфічний спосіб інтерпретації інформації, – зумовлений дефіцитом поінформованості, невизначеністю ситуації, поширенням настроїв тривоги та страху у суспільстві, якому притаманні деформованість мислення, узагальненість, актуальність змісту; простота, доступність, емоційність, неофіційність форми подачі; циркуляція/самопоширення/актуалізація у процесі поширення в усній формі через канали міжособистісної комунікації [Бойко, 2011: 239]. І найголовніше – відсутність критичного мислення і вільних, незаангажованих, незалежних від влади ЗМІ.

В інформаційній війні використовують чутки, що порушують соціальні зв'язки й організаційно-управлінські відносини між людьми, що, в свою чергу, викликає масовий безлад, паніку тощо. Для того щоб інформація стала чуткою, необхідно щоб: інформація була вагомим для об'єкта впливу (стосувалася його інтересів); була зрозумілою всім учасникам процесу; володіння інформацією сприяло підвищенню престижу передавача чутки [Дзюба, Жарков, 2006: 242].

Упродовж травня-червня 2022 року російські пропагандисти активно поширювали чутки про спекуляцію зброєю, яку поставляють Західні країни в Україну [Чутки про поганий контроль над американською зброєю в Україні – «вкиди російської пропаганди» – Подоляк. Voice of America. 13 липня 2022]. Ці чутки підхопили і деякі українські видання, проте українські високопосадовці заперечили цю дезінформацію:

Усі види зброї, зокрема далекобійної, яку отримує Україна, проходять ретельний облік та відправляються на фронт. Зброя для України – питання виживання. Контроль за нею – пріоритет. Усі “чутки” про інше – банальні російські пропагандистські вкиди з метою зірвати постачання, – написав Михайло Подоляк у Твіттері [Подоляк, 2022]. Підтвердила це і заступниця держсекретаря США з питань контролю над озброєннями та міжнародної безпеки Бонні Деніс Дженкінс: американська сторона упевнена в тому, що український уряд відданий належній охороні та обліку оборонного обладнання, наданого нами.

Російська пропаганда навмисне розпускає чутки про нібито контрабанду західної зброї, щоб зірвати Україні постачання. Дальнобійне озброєння НАТО виявилось дуже болючим для армії РФ. Про це заявив радник глави Офісу президента Михайло Подоляк у Twitter у п'ятницю, 22 липня:

Західна далекобійна артилерія та РСЗВ завдають багато жакливого болю російським військовим складам та логістичним центрам. Тому ключова мета російських

інформаційних операцій сьогодні – зірвати постачання зброї, дискредитувавши наші Збройні сили як надійного партнера та користувача, – написав він [«Біль для росії», 2022].

За словами Подоляка, Кремль намагається зіграти на страху західного суспільства, поширюючи примітив про *чорний ринок*.

Водночас реальність зовсім інша, оскільки: українські бійці мотивовані та швидко навчаються; кожна одиниця зброї є цінною для української армії; Україна забезпечує повний контроль та інформування союзників на всіх етапах.

Використання чуток в інтересах психологічної війни – це поширення інформації, вигідної джерелу, тобто Російській Федерації, мета якої – знищити Україну.

Висновки до розділу 4

Всім вище зазначеним методам притаманний емоційний резонанс. Російські пропагандисти намагаються спекулювати на почуттях читачів, слухачів і глядачів. Щодня вони, подаючи інформацію про трагічні долі жителів сходу України, і свавілля, яке над ними чинить українська армія, викликають у цільової аудиторії низку негативних емоцій, страх, невпевненість, сумніви і бунтівні настрої.

Мета таких методів – викликати жалість та ненависть, оскільки емоційна маніпуляція – головна складова інформаційної війни проти України. Російські пропагандисти у своїх виступах навмисно створюють і посилюють загрозу для РФ, звинувачуючи Україну та Захід. Поширюючи новинні повідомлення, вони чіпляють ярлики на керівництво Української держави, її військове командування, виражають зневажливе ставлення до українських посадовців і, водночас, підвищують авторитет свого автократичного лідера, Путіна. Демонізуючи українські ЗС, російські пропагандисти спрощують факти, подають інформацію однобоко і поверхнево. Поширюючи фейки, вони повторюють меседжі і наративи, нав'язуючи аудиторії погоджену Кремлем, викривлену інформацію. Навіть негативні події, відступ російських військ, втрати на передовій, інтерпретуються пропагандистами як логічні оперативні дії,

задумані з певною метою. Фальсифікація фактів спрямована на тотальне зомбування власного народу, поширення брехні і введення в оману західних країн. Поширення хибних наративів веде не лише до формування, але й зміцнення суспільної думки про те, що Росія воює з сучасним українським нацизмом, *веде священну війну*. Парадокс ситуації полягає в тому, що, окрім передової лінії, росіяни також воюють з цивільними, катуючи чоловіків, жінок, вбиваючи родини з дітьми і стверджуючи при цьому, що жертви були нацистами.

“Звільняючи Україну від нациків”, “російські визволителі” рівняють із землею Харків, Кривий Ріг, Миколаїв, Херсон, міста з найбільшою кількістю російськомовних громадян, яким Путін не може пробачити, що його “посіпак” не зустрічають з квітами.

Інформаційну війну Росії проти України доповнюють чутки, які поширюють російські пропагандисти про українську державу, її неспроможність, її слабке і недалуге цивільне та військове керівництво.

Всі вище згадані методи свідчать про те, що інформаційна війна стала невід’ємним компонентом конвенційної війни, ефективність якої впливає на перебіг бойових дій, внутрішню та зовнішню політику держави.

ЛІТЕРАТУРА

1. Біль для Росії: Подоляк висловився щодо чуток з приводу «контрабанди зброї». *Слово і діло*. 22 липня 2022 року. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/07/22/novyna/suspilstvo/bil-rosiyi-podolyak-vyslovyvsya-shhodo-chutok-pryvodu-kontrabandy-zbroyi>

2. Бойко Олександр. Чутка як інструмент політичного маніпулювання. *Сучасна українська політика*. Вип. 22. С. 238-248. К.: Вид-во «Центр соціальних комунікацій», 2011.

3. Варій М.Й. Політико-психологічні передвиборні та виборчі технології: Навчально-методичний посібник. К., Ніка-Центр, 2003. 400 с.

4. Ведуча Трощинська Тетяна. Гість: Олександра Цехановська. Дегуманізація і постійне повторення: як працюють ключові напрямки розпропаганди? *Громадське Радіо*. 18 липня 2022 р. URL: <https://hromadske.radio/podcasts/myslennia-bazova-funktsiia/1061709>

5. Висоцький О.Ю. Постправда: концептуальні та праксеологічні виміри. *ГРАНІ*. Том 21 № 10 2018. С. 128-133. DOI: 10.15421/1718138

6. 8 методів пропаганди: як люди перетворюються на зомбі. *Закон і бізнес*. 28.03.2022. URL: <https://zib.com.ua/ua/151037.html>

7. Воєнна пропаганда РФ — механізми впливу та способи захисту: детальний розбір від Тизенгаузена. *Дом*. 20.07.2022. URL: <https://kanal-dom.tv/uk/voyenna-propaganda-rf-mehanizmy-vplyvu-ta-sposoby-zahystu-detalnyj-rozbir-vid-tyzengauzena/>

8. Демонізація ворога як засіб пропаганди. *AM&PM*. 10 грудня 2020. URL: <http://am-pm.org.ua/publications/articles/911/%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B3%D0%B0%D1%8F%D0%BA%D0%B7%D0%B0%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BD/?fbclid=IwAR0M0CioHzhFxlWsZ8KbM4MgaXkHqQORCYdElf5vHHnbYdDyV8xjVn0mQ8E>

9. Кириллова Н. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический проект. 2006. 448 с.

10. Киреева Ирина. В Севастополе аэропорт «Бельбек» захвачен российскими военнослужащими. *ERR*. 28.02.2014. URL: <https://rus.err.ee/190503/v-sevastopole-ajeroport-belbek-zahvachen-rossijskimi-voennosluzhawimi>

11. Кригель, Михайло, Романюк, Роман (12 липня 2022). Що робити з ядерною країною, яка поводить себе як шизофренік. Інтерв'ю з Пітером Померанцевим. Українська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2022/07/12/7357592/>

12. Лири, Т., Стюарт, М. и др. Технологии изменения сознания в деструктивных культах. С-Пт: «Экслибрис», 2002. 224 с.

13. Мазунова, Оксана (03.05.2020). Епоха постправди в функціонуванні інформаційного простору. *Всеосвіта*. URL: <https://vseosvita.ua/library/epoha-postpravdi-v-funkcionuvanni-informacijnogo-prostoru-264859.html>

14. Минобороны: база «иностранный легиона» с 250 наемниками уничтожена под Николаевом. *РИА Новости*. 02.08.2022. URL: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:aMshV8jYGbwJ:https://crimea.ria.ru/20220802/vks-rossii-unichtozhili-bazu-inostrannogo-legiona-pod-nikolaevom-1124037510.html&hl=uk&gl=ua&strip=1&vwsrc=0>

15. Нарис теорії і практики інформаційно–психологічних операцій / Дзюба М.Т., Жарков Я.М., Ольховой І.О., Онищук М.І.: Навчальний посібник // За загальною редакцією В.В. Балабіна. К.: ВІТІ НТУУ “КПІ”, 2006. 471 с.

16. Подоляк Михайло. Twitter. 13 липня 2022 року. URL: https://twitter.com/intent/follow?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Eetweembed%7Ctwterm%5E1547224463657377800%7Ctwgr%5Ec844708317a6c32da8d8025e4f44fcc7e622d1bb%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fukrainian.voanews.com%2Fa%2Fkontrolnad-amerykanskou-zbroeu-v-ukraini%2F6657166.html&screen_name=Podolyak_M

17. Помста за Керченський міст? Пропагандисти виправдовують ракетну атаку на Україну. Зомбоящик. Ведуча Анастасія Норіціна. *Апостроф TV*. 12 жовтня 2022 р. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7dnn0p-c0VI>

18. Почепцов Г. Пятнадцать технологий современной пропагандистской и информационной войны (Часть 3). 2016. URL: <https://psyfactor.org/lib/propaganda48-3.htm>

19. Романенко Валентина. Митрополит УПЦ МП пропагував «руський мір», готується підозра – СБУ. *Українська правда*. 1 жовтня 2022 року. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/10/12/7371592/>

20. Российские солдаты в Украине: дьявол в медальях. *Bellingcat*. August 31, 2016. URL: https://ru.bellingcat.com/novosti/russia/2016/08/31/medals-ru/?Fbc_lid=IwAR1UfaleHe_OoabUgM0bY6lyHZi0Xpr40NtsPUdJUJZ326XBt8Z5t4h9UO9M

21. Семен Н.Ф. Російські інтернет-ресурси як чинник інформаційної війни проти України. Дис. на здоб. наук. ступеня канд. наук із соціальних комунікацій. 27.00.01. – теорія та історія соціальних комунікацій. Рівне. 2018. 260 с.

22. Собенко Надія. МЗС Австрії викликало російського дипломата за його висловлювання щодо українців. *Суспільне*. Новини. 20.08.2022. URL: <https://susplne.media/273228-posol-rf-u-vidni-zaklikav-znisiti-ukrainciv-mzs-vimagae-vid-avstrii-ogolositi-jogo-personou-non-grata/>

23. Словник іншомовних слів. URL: <https://www.jnsn.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Article=6519&action=show>

24. Служителі російської православної церкви – солдати пропагандистської армії Росії. *Головне управління розвідки Міністерства оборони України*. 28 квітня 2022 року. URL: <https://gur.gov.ua/content/sluzhyteli-rosiiskoi-pravoslavnoi-tserkvy-soldaty-propahandystskoi-armii-rosii.html>

25. Союз Росії та Китаю проти “диявольської демократії Заходу” й розкол в українських органах влади. Моніторинг росЗМІ за 1–7 серпня. *TEXTY.ORG.UA*. 11.08.2022. URL: <https://texty.org.ua/articles/107468/soyuz-rosiyi-ta-kytayu-proty-dyyavolskoyi-demokratiyi-zahodu-ta-rozkol-v-ukrayinskyh-orhanah-vlady-monitorynh-roszmi-za-1-7-serpnya/>

26. Степанюк Валерія. Сліпченко Світлана. Брехня Кремля про українських захисників та захисниць. *ВоксУкраїна*. 14 жовтня 2021. URL: <https://voxukraine.org/brehnya-kremlya-pro-ukrayinskyh-zahysnykiv-ta-zahysnyts/>

27. Ток-шоу 60 минут. 14.04.2022. Ведущий Евгений Попов. *YOUTUBE*. URL: <https://tv-show.live/rossiya-1/60-minut/51766-60-minut-vecherniy-vypusk-27-07-2022.html>

28. Тоффлер, Э. (2005). Война и антивоина: Что такое война и как с ней бороться. Как выжить на рассвете XXI века. Москва: АСТ: Транзиткнига, 412 с.

29. 60 минут последний выпуск от 25.07.2022 смотреть онлайн. *YOUTUBE*. 25 лип. 2022 р. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xfb-pUuHraE>

30. Фельштинский Юрий, Литвиненко Александр. ФСБ взрывает Россию. Изд-во: Наш Формат, 2015. 504 с.

31. ЦПД пояснює: як працює механізм «буденної розповіді» в дезінформації. *Центр протидії дезінформації при РНБО України*. URL: https://cpd.gov.ua/announcement/czpd_poyasnyuye-yak-praczuuye-mehanizm-budennoyi-rozpovidi-v-dezinformacziyi/

32. Чутки про поганий контроль над американською зброєю в Україні – «вкиди російської пропаганди» – Подоляк. *Voice of America*. 13 липня 2022 року. URL: <https://ukrainian.voanews.com/a/kontrol-nad-amerykanskou-zbroeu-v-ukraini/6657166.html>

33. Щодо інформаційно-психологічної складової агресії Російської Федерації проти України (за результатами подій 1-2 березня 2014 року). Аналітична записка. 11.03.2014. НІСД – Національний Інститут Стратегічних Досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/informaciyini-strategii/schodo-informaciyino-psikhologichnoi-skladovoi-agresii>

34. Brown, J.A.C. (1975). *Techniques of persuasion*. N.Y.: Penguin. 325 p.

35. Flament C. Rouquette M.–L. *Anatomie des idées ordinaires*. Paris: Armand Colin, 2003. 175 p.

36. Jowett J.C., O'Donnell V. (2012). *Propaganda and persuasion*. Washington, D.C.: SAGE. 425 p.

37. Ongoing Violations of International Law and Defiance of OSCE Principles and Commitments by the Russian Federation in Ukraine. As delivered by Ambassador James S. Gilmore III to the Permanent Council, Vienna January 16, 2020. U.S. Mission to the OSCE. URL: <https://osce.usmission.gov/on-russias-aggression-against-ukraine-5-2/?fbclid=IwAR2qCOKTcCBVxdUqnmrepb7DqJSIAo38oqUfinp3DO5FEQAoRCUIPozhs3A>

38. Ukraine: military endangering civilians by locating forces in residential areas – new research. *Amnesty International UK*. Press Release. 04.08.2022. URL: <https://www.amnesty.org.uk/press-releases/ukraine-military-endangering-civilians-locating-forces-residential-areas-new>

ДОДАТОК

СЛОВНИК ТЕРМІНІВ

1. **Дифамація** – поширення про особу неправдивої інформації, яка принижує її честь та гідність, завдає шкоди діловій репутації. Словник іншомовних слів.

2. **Консцієнтальність** (лат. conscientia – свідомість, совість), орієнтованість загрози на враження свідомості ЦА, впровадження певної ідеології, деструктивних наративів і меседжів.

3. **Цільова аудиторія** – об'єднані на основі певних критеріїв та показників (статі, віку, доходів, освіти, місця проживання, фаху тощо) групи людей (окремі особи), на які спрямовано заходи інформування.

4. **Наратив** – один із засобів інформаційної боротьби, стратегічної комунікації, що охоплює контекст, причину / мотив та мету / умови завершення інформаційної операції.

ABSTRACT

The monograph focuses on theoretical, methodological and practical aspects of information warfare waged by the Russian Federation against Ukraine. The author paid significant attention to fake news, messages and narratives, spread during 2014-2022, their purposes in conventional war, declared by Russia.

Researching of the phenomenon of manipulation and manipulative techniques, affecting domestic and foreign policy of the country is actualized by Russian aggression against Ukraine that started in 2014 by occupation of Donetsk and Luhansk region, and the Crimean Peninsula. The topic of information warfare is vital for Ukrainian political science that faces an urgent need to find an optimal paradigm of nation-building process during the Russian-Ukrainian war.

The monograph is one of the academic attempts to systematize different approaches to interpretation of information warfare phenomenon, analyze evolution of scientific ideas about the nature, functions, principles of formation, methods and techniques as effective factors that shape domestic and foreign policy of the state and its defense.

Instruments of information warfare serve as powerful means of social consciousness manipulation through mass media. Considering their characteristics to reflect ideas, values and a picture of the world, shaped by activity of Russian mass media outlets and political propaganda, the author has made an attempt to give an answer to the question - how instruments of information confrontation affect citizens' thinking and behavior. The author has also tried to distinguish a set of information techniques and methods, applied by the Russian Federation for waging information warfare against Ukraine, values they disseminate and find out how they influence on formation of public opinion of Ukrainians, on the one hand, and Russians, on the other hand.

The author of the monograph presupposes that conventional war, connected with interior and exterior policy of the state, as a complex phenomenon is defined by a set of factors and, one of them is information warfare. Waged professionally, it significantly changes the flow of events in the country, society life, its defense, state-building processes etc.

The purpose of the research is to form a holistic idea about theory and practice of information warfare. The monograph is compiled on the material published in open sources. It comprises opinions of national and foreign scholars that lay the foundation for knowledge about content and essence of information warfare in general, and information operations against Ukraine, in particular.

The object of the research is information warfare against Ukraine (2014-2022). Official statements by Russia politicians as well as public speeches delivered by Russian statesmen serve as research material.

The monograph illustrates a complex approach to the phenomenon of information warfare and information operations campaign waged on the territory of Ukraine, real role of fake news, messages and narratives, actively used by Kremlin against Ukraine. The monograph also shifts attention to communicative and cognitive foundation of the information warfare phenomenon.

The book can be useful for scholars, students and all those who are interested in information warfare, information and psychological operations, mass media role in information confrontation, foreign and domestic policy of belligerent parties, war conflicts.

Наукове видання

Анатолій Олексійович ХУДОЛІЙ

ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА 2014-2022 РР.

Монографія

Комп'ютерна верстка *Наталії Крушинської*

Формат 42х30/4. Ум. друк. арк. 12,09. Обл.-вид. арк. 11,04. Зам. № 36–22.
Папір офсетний. Друк цифровий. Гарнітура «Calibri». Наклад 100 прим.

Оригінал-макет виготовлено у видавництві
Національного університету «Острозька академія»,
Україна, 35800, Рівненська обл., м. Острог, вул. Семінарська, 2.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи РВ № 1 від 8 серпня 2000 року.

Виготовлено ФОП Свиначук М. В.
Тел.: +38(068) 68 35 800, e-mail: 35800@ukr.net