

Міністерство освіти і науки України

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

Факультет соціальних наук та соціальних технологій

Могилянська школа журналістики

Магістерська робота

Освітній ступінь — магістр

на тему: **«Репрезентація образу України в російській телевізійній програмі “60 минут”: порівняльна характеристика дискурсів 2016-17 і 2020 років»**

Виконала: студентка 2-го курсу навчання,
спеціальності 061 Журналістика
Якуніна Дар'я Андріївна

Керівниця Орлова Дарія Вадимівна,
старша викладачка, заступниця директора з наукової роботи

Рецензент: _____

Магістерська робота захищена
з оцінкою «_____»
Секретар ЕК _____
«____» _____ 2021 р.

Київ 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ.....	5
1.1. Критичний дискурс-аналіз російської пропаганди.....	5
1.2. Аналіз дискурсу і використання пропаганди в інших країнах на прикладі закордонних медіа.....	15
1.3. Лінгвістична і семантична складові в дискурс-аналізі пропаганди....	21
РОЗДІЛ 2. ТЕОРІЯ КРИТИЧНОГО ДИСКУРС-АНАЛІЗУ.....	26
2.1. Концептуальна рамка теорії критичного дискурс-аналізу.....	26
2.2. Переваги і критика теорії критичного дискурс-аналізу.....	34
2.3. Поєднання теорії критичного дискурс-аналізу з іншими теоріями в дослідженнях.....	36
РОЗДІЛ 3. МЕТОДОЛОГІЯ.....	38
3.1. Опис і обґрунтування методів.....	38
3.2. Вибірка та її аргументація.....	41
3.3. Опис етапів дослідження з поясненням застосування методу.....	43
3.4. Обмеження методу і вибірки.....	45
РОЗДІЛ 4. РЕЗУЛЬТАТИ.....	47
4.1. Імперський дискурс.....	49
4.1.1. Радянський дискурс і дискурс історичної пам'яті.....	54
4.1.2. Дискурс ідентичності.....	58
4.2. Антизахідний дискурс.....	61
4.3. Візуальний ряд для підсилення дискурсу.....	63
РОЗДІЛ 5. ВИСНОВКИ.....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	67
ДОДАТКИ.....	73

ВСТУП

Інформаційна війна є однією з найбільш стратегічно спланованих операцій у гібридній війні, адже її методи є менш очевидними, однак, дуже впливовим. Технологічний розвиток прогресує, а журналістика в ньому перебуває у постійному пошуку нових форм для транслявання повідомлень, мали б форму найбільш доступних і зручних для аудиторії. Пропаганда у цьому потоці також видозмінюється і підлаштовується під споживача, її методи стають більш досконаліми, а інструменти — більш трансформованими. Сьогодні Україна перебуває на сьомому році війни з Російською Федерацією і ця війна має гібридні властивості, які передбачають не лише фази активних бойових дій і сплановані військові операції, а й перманентний пропагандистський вплив на медіа-середовище обох сторін.

Хоча, безумовно, джерелами постачання пропаганди є і соціальні мережі, і онлайн-видання, споживання контенту яких є більш затребуваним, телебачення ще й досі залишається її потужним рупором. Тому **об'єктом** цього дослідження постає аналіз пропаганди, яку щодня продукує один із найрейтинговіших російських федеральних телеканалів «Россия-1» в межах суспільно-політичного ток-шоу «60 минут», а **предметом** — конструювання образу України в цій програмі. Звідси, **дослідницьке питання** сформульоване наступним чином — як репрезентується образ України в російській телевізійній програмі «60 минут»?

Виклад дослідження ґрунтуватиметься на теорії критичного дискурс-аналізу за інструментарієм, розробленим Норманом Фейрклафом та Володимиром Куликом. Методологічна основа становитиме семіотичний підхід Ролана Барта та Стюарта Голла. Зазначена теорія і методологія постають найбільш релевантними для цього дослідження з огляду на визначені **завдання**, які будуть реалізовані в ході аналізу:

1. Дослідити методологію і результати вже наявних досліджень в академічній площині та виокремити підходи, які можуть бути застосовані в цьому дослідженні.
2. Опрацювати теоретичне і методологічне підґрунтя та визначитись із низкою ключових авторів, розроблений інструментарій яких буде використано у даній роботі.
3. Розробити власну схему з переліком критеріїв для аналізу та їхніми дефініціями, базуючись на теоретичному підґрунті обраних авторів.
4. Визначити вибірку та її часовий проміжок.
5. Опрацювати вибірку і провести аналіз, згідно із розробленою схемою.
6. Дійти висновків.

Метою дослідження є відповідь на дослідницьке питання і виявлення домінуючих дискурсів за 2016-17 і 2020 роки. Період, обраний для аналізу, зумовлений задачею порівняти ці дискурси за перший рік після запуску програми і за минулий у часовому розрізі п'яти років існування ток-шоу і виявити закономірності.

РОЗДІЛ 1

ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ

Зважаючи на актуальність теми даного дослідження, варто наголосити на тому, що в академічній площині аналіз російської пропаганди є затребуваною темою. Більшість досліджень і статей, які будуть використані в якості джерельної бази, фокусуються на виявленні найбільш часто повторюваних наративів російської пропаганди в інформаційному полі, особливостях дискурсу, семантичних властивостях конструювання пропагандистських повідомлень та ролі ідеологічного міфотворення в цьому процесі. Крім того, окремо будуть проаналізовані релевантні дослідження, спрямовані на виявлення пропагандистських наративів у закордонних ЗМІ задля того, аби простежити ход використання авторами матеріалів критичного дискурс-аналізу в якості методу і провести порівняльний аналіз з урахуванням геополітичних контекстів.

1.1. Критичний дискурс-аналіз російської пропаганди

Отже, першим тематичним колом, обраним для аналізу релевантних досліджень, є використання критичного дискурс-аналізу наративів російської пропаганди в умовах російсько-української війни, які транслюються у різних формат — через текстові матеріали, телевізійні сюжети, документальні фільми.

Мультиmodalний дискурс-аналіз пропаганди і епістемічна модель оцінки постають фокусом дослідження Анни Галас. У статті авторка апелює до такого аспекту пропаганди як «мультиmodalність», котрий передбачає комплексність у сприйнятті інформації, тобто із залученням аналізу вербалізованих даних і побаченого. Таким чином, для того, аби проаналізувати прояви пропаганди, необхідно враховувати весь комплекс модусів сприйняття інформації, що зумовлює застосування дискурсивного

підходу у дослідженні. Авторка зазначає, що інтеграційний підхід до вивчення мови, тобто такий, що досліджує її не ізольовано від соціокультурних аспектів, забезпечує цю комплексність сприйняття [Галас, с. 60]. Епістемічна модель оцінки, крізь призму якої у статті пропонується досліджувати пропаганду, була визначена американською дослідницею Ш. Т. Росс. Згідно з її концепцією, ознаки пропаганди, як комунікативного явища, можуть бути виявлені на декількох етапах: ідентифікації намірів переконання, обмеження поля Відправника і Одержувача, аналіз Повідомлення, яке транслюється, і перевірка повідомлення на епістемічну повноцінність — тобто правдивість, повноту подачі [Там само, с. 58]. Також авторка статті акцентує на стратегічних методах, які нашаровуються на повідомлення і надають йому ознак пропагандистського, серед яких можна виокремити метод нав'язування центральної думки, атакування опонента, апелювання до авторитетності мовця, масовості чи традицій, чітке протиставлення «хороших» і «поганих» героїв, демонізація ворога, використання лінгвістичних зворотів, що надають суб'єктивних ознак висвітленню інформації [Там само, с. 59]. У визначенні мультимодального дискурс-аналізу пропаганди, навколо якого вибудовується дослідження, авторка апелює до двох підходів: системно-функціональної лінгвістики М. Халідея і соціальної семіотики Г. Креса і Т. ван Лейвена. Обидва ґрунтуються, зокрема, на зв'язуванні нижчого та вищого рівнів дискурсу (звуку та малюнку із соціокультурним контекстом, відповідно) і на перетині семіотичних засобів (ідейного, міжособистісного і текстуального значення). Отже, метою дослідження постає аналіз пропагандистських повідомлень крізь призму семіотичних засобів і соціальних феноменів, а об'єктом — мультимодальний корпус пропаганди, який являє собою певний пласт інформації з різних каналів комунікації. Авторка аналізувала 30 найбільш резонансних різножанрових проявів російської пропаганди через дослідження мовлення, рухів, жестів та проявів емоцій акторів і

загальний звуковий та візуальний ряд [Там само, с. 61]. У статті було зосереджено на чотирьох прикладах медіа-продуктів, у яких було виявлено чіткі ознаки пропагандистських повідомлень:

1. Документальний фільм 2015 року «Варшавський договір. Рассекреченные страницы», у якому дослідниця виокремила використання багатьох уривків із радянських пропагандистських фільмів, навішування ярликів і демонізація героїв, котрі висловлювали незгоду з радянським вектором, однобічність у наданих коментарях, апелювання до народу, конструювання абсолютно позитивних і абсолютно негативних персонажів, ретельне текстове і візуальне замовчування будь-яких проявів незгоди з СРСР, що і являє собою епістемічну неповноту, а отже — є пропагандою [Там само, с. 62].
2. У французькому документальному фільмі-розслідуванні «Україна, маски революції» шляхом дискурс-аналізу авторкою було виявлено наступні прояви пропагандистського повідомлення: однобічність висвітлення перебігу подій за рахунок використання виключно коментарів від праворадикальних угруповань і, як наслідок, загальне представлення подій на Майдані як таких, що являють собою «ультраправий переворот», навішування ярликів «неофашисти», насичена візуальна складова і обмежена вербальна. Результат — епістемічна неповноцінність через відфільтроване висвітлення інформації [Там само, с. 62-63].
3. Документальний фільм «Україна у вогні» містив не менш багату палітру пропагандистських методів, які тут постали більш неявними. Дослідниця зацентрувала на алюзії до

«України в огні» Олександра Довженка, який розповідав про події Другої світової війни, втім, в цьому фільмі використовувалась паралель саме зі стражданнями народу від нацизму. Крім того тут шляхом дискурс-аналізу також було виявлено неповноту висвітлення інформації за рахунок використання однобоких коментарів, упереджених інтерпретацій, демонізації ворога (США), апелювання до авторитетності акторів [Там само, с. 63-64].

4. Художній фільм «Русский характер» 2014 року став іншим об'єктом дослідження. У своєму аналізі авторка виокремила такі пропагандистські аспекти як героїзація головного персонажа, контрастне протиставлення на визволителів у вигляді росіян і бандитів у вигляді україномовних героїв, котрі, зокрема, були представлені демонізовано, як і США, що курують ними. Окремою лінією пропагандистського нарративу тут стала «лінгвопропаганда» — позитивні герої спілкуються літературною російською, а негативні — спотвореною українською [Там само, с. 64-65].

Отже, у представленому дослідженні, котре базувалось на методі мультимодального дискурс-аналізу, авторка зацентрувала на сучасних проявах пропаганди, які стають дедалі більш дієвими за рахунок оперування всіма технологічними засобами впливу на сприйняття інформації аудиторією. Це аргументує доцільність застосування цього методу для виявлення характерних особливостей пропагандистського повідомлення для цього дослідження, зокрема і через релевантність вибірки для аналізу.

Особливості російського пропагандистського дискурсу в умовах гібридної війни і залучення нових форм у продукуванні маніпулятивних

повідомлень досліджувались у статті Лідії Смоли. В першу чергу авторка апелює до теоретичного підґрунтя формування категорії дискурсу іншими дослідниками і наголошує на тому, що в російському інформаційному полі позиціонування України відбувається за рахунок створення «образу ворога» шляхом міфологізації — «укропи», «бандерівські карателі» — і конструювання на противагу цьому образ Росії як антипода і визволителя. Важливим у дослідженні також виступає врахування історичної перспективи формування пропагандистських наративів і міфологізації як їхньої складової, які можна було простежити в деякій російській літературі ще в 2009 році, в якій незалежність та цілісність України поставали під питанням. І це відбувалось, знову ж таки, за рахунок навішування ярликів в тому числі на протестувальників за часів Помаранчевої революції («помаранчеві нацисти»), апелювань до Заходу, що керує внутрішніми процесами в Україні, створення міфу про прагнення знищити російськомовне населення, акцентування на неможливості європейської інтеграції. Цей дискурс згодом став підґрунтям до масового продукування пропагандистських повідомлень у російських ЗМІ. Крім того, як і в попередньому дослідженні, тут авторка наголошує на значущості документальних фільмів із початком війни — одного з найбільш сприятливих для вкорінення вигідних РФ наративів майданчика. Це забезпечило можливість оперувати епістемічною непонотою шляхом розставлення потрібних акцентів, замовчування більшості фактів і, як наслідок, конструювання дискурсивних кліше у сприйнятті інформації аудиторією. Значущим у статті і релевантним цьому дослідженню аспектом є фокус авторки на символіці, семіотиці і потужному аудіовізуальному висвітленню інформації — вагомих інструментах у пропагандистському дискурсі, які звертаються до емоцій і, таким чином, створюють ще більш впливове повідомлення («розп'ятий хлопчик», «зрада братської України», «Тарас Шевченко вихованець Росії», «українська армія

воює з мирним російськомовним населенням») [Смола, с. 44].

Зв'язок пропагандистських повідомлень, котрі транслюють російські ЗМІ, з активізацією воєнних дій на Сході України з боку бійців від окупованих територій було досліджено у статті Юськіва Б. М. і Хомича С. В. на прикладі частоти появи конкретних слів у новинах від видання Russia Today. Автори акцентують на гібридності війни, що постає ключовим аспектом в аналізі зазначених вище зв'язків, оскільки гібридність проявляється саме за рахунок поєднання соціокультурних, психологічних, інформаційних атак окрім безпосередньо збройної агресії, а значить, є надзвичайно небезпечною з точки зору охоплення і утримання більшого контролю над противником [Юськів і Хомич, с. 29]. Таким чином, якщо розглядати інформаційні пропагандистські кампанії саме з перспективи гібридної війни Росії проти України, стає зрозумілим, що цей інформаційний чинник постає значущим як для впливу на українське, так і на російське населення. Дослідники апелюють до російсько-грузинської війни, під час якої було застосовано ті ж самі медійні маніпулятивні прийоми: однобічність висвітлення (російськомовне населення страждає від жорстоких українських військових), узурпація російським інформаційного поля непідконтрольних територій, що, знову ж таки, підсилює дієвість попереднього прийому, дезінформація, замовчування, фільтрація і вибір вигідних спікерів чи свідків подій, перенесення власних наративів із засобів інформації на всі медійні продукти. Автори операціоналізували дослідження за рахунок використання «предикатної моделі», що містить чинники і залежні змінні, у яких, в першому випадку, міститься фактор міжнародного впливу та впливу пропаганди, а в другому — активність бойових дій (число обстрілів, битв). Задля вивчення текстів Russia Today і виявлення пропагандистських повідомлень було використано метод контент-аналізу [Там само, с. 30-31]. Враховуючи

аналіз роботи з перспективи релевантності цьому дослідженню, варто сфокусуватись саме на контент-аналізі пропагандистських повідомлень і виявлених закономірностях. Одиницею аналізу стали статті в рубриці «Новини» за період від 1 квітня 2015 року до 30 грудня 2015 року з гештегом «Україна» (9565 статей), а до уваги брались заголовки, дата і лід. В результаті аналізу було складено список із 75 слів, які в тексті наділені конотативним характеристиками, а, отже, мають ідеологізоване навантаження: хунта, агресор, екстремісти, бандити, фашисти, націоналісти, бандерівці, нацисти, біженці, найманці та інші. Використовуючи графічне представлення найбільш часто вживаних слів, автори виокремили наступні: «правий/право», «Україна», «народ», «США», «Росія», «Порошенко» і «влада». Висновок, до якого вони дійшли, свідчить про те, що у новинах найбільше акцентується на звинуваченнях правих сил, підтримці права в Україні, апелюванні до США, Порошенка та влади як відповідальних за розгортання воєнних дій (слово «війна» вживається найрідше) [Там само, с. 35-36]. Після аналізу найбільш вживаних слів дослідники їх кластеризували, вивели основні тематичні дискурси пропаганди: зв'язок діяльності «Правого сектору» з США і з подіями в Україні, відносини між Росією та США, відносини між Росією та Україною, порушення прав і злочини з боку українського уряду щодо російськомовного населення, «київська влада як американська маріонетка», газові переговори між Росією та Україною. Далі з семіотичної перспективи було зроблено акцент на асоціативному ряді як потужного інструменту для продукування дезінформації і вигідних наративів, а, отже, впливу на сприйняття: слово «Росія» пов'язується зі словом «народ» у позитивній конотації, «Київ» — зі словом «влада» і «Порошенко» у негативній конотації, «США» — зі словами «бойовики», «проти», «сектор» теж у негативній конотації, «санкції» — зі словами «проти», «Росія», «Порошенко» [Там само, с. 37-38]. Наприкінці дослідження автори

виявили взаємозв'язок між частотою вживання ключових слів за конкретний період і кількість обстрілів позицій ЗСУ, яка збільшувалась прямо пропорційно, що свідчить про впливовість пропагандистських повідомлень не лише на пасивне сприйняття, а й на активні дії [Там само, с. 40]. Оскільки викладене дослідження вибудовувалось навколо аналізу маніпулятивних наративів, які продукує медіа Russia Today, за допомогою контент-аналізу і семіотичної перспективи, воно постає значущим з огляду саме на операціоналізацію для даної роботи.

Аналіз продукування пропагандистських повідомлень і гейт спічу як інструментів інформаційної війни було проведено у дослідженні Ірени Постік із використанням методів контент-аналізу і дискурс-аналізу текстів як російської, так і української інформаційних площин за період від моменту анексії Криму у 2014 році до кінця 2017 року. Дослідницьке питання, навколо якого авторка вибудувала аналіз, стосувалось виявлення зв'язку між пропагандою та гейт спічем і частки русофобних і українофобних наративів в текстах українських і російських ЗМІ, відповідно. Оскільки релевантним для цього дослідження постає саме аналіз конструювання російських пропагандистських наративів, в огляді цієї роботи буде зосереджено увагу саме на ньому. Для аналізу дослідницею було обрано 5 російських медіа. В ході критичного дискурс-аналізу авторка зосередилась на 4 стадіях, запропонованих Норманом Фейрклафом: ідентифікації загальної соціальної проблеми в тексті, обставин і вирішення проблеми з урахуванням семіотичних (синтаксичних, лексичних, семантичних, риторичних) та соціальних факторів, зв'язку між проблемою та існуючим соціальним порядком з фіксацією ідеологічної складової, можливих вирішень проблеми і критичної рефлексії [Postic, с. 43]. Контент-аналіз новинних текстів російських ЗМІ, проведений дослідницею, виявив інтерпретації гейт спічу

і пропаганди. У першому випадку більшою мірою було зафіксовано адресування до конкретних соціальних груп та окремих індивідів (українці як громадяни та етнічна група, люди та організації, які підтримують Україну та не визнають анексію Криму та окупацію Донбасу, ЄС та США), вирази ворожості відносно соціальних груп та їх членів (недружність відносно українців, емоційна критика їхніх дій, делегітимізація уряду), звинувачення, адресовані цим соціальним групам та їх членам (нівелювання досягнень України, фальсифікація фактів, що підтримують негативний образ України та українців), дегуманізацію, упередженість та однобічність висвітлення (конструювання виключно негативних образів), симпліфікація мови задля спрощеної подачі інформації, емоційність [Там само, с. 116-117]. Стосовно інтерпретації пропаганди, серед її атрибутів у текстах авторка виокремила наступні: маніпуляція символічними образами з ідеологічними цілями, мобілізація публічної думки з метою заохочення росіян відповідати на дії України, деморалізація ворога [Там само, с. 117-118]. В результаті авторка доходить висновків, що зважаючи на тотальний контроль уряду РФ над засобами масової інформації, вони продукують вигідну для Кремля адженду, котра більшою мірою транслює глузливу та іронічну домінуючу риторику, однобоке та упереджене висвітлення інформації, що з урахуванням всіх вище зазначених аспектів підпадає під 60% всіх критеріїв пропаганди, 85% якої складає гейт спіч [Там само, с. 127-128]. Тож, проаналізоване дослідження постає релевантним цьому також із точки зору дотичної методології та предмету дослідження.

Для того, аби в повній мірі дослідити і виявити атрибути російських пропагандистських наративів, які продукують ЗМІ сьогодні, необхідно розглянути й історичну перспективу трансформації підходів і основних напрямів дискурсу. Олексій Шевченко у своїй статті, предметом якої

постає шлях видозмінення російської пропаганди, в першу чергу розділяє ідеологічний і пропагандистський дискурси і розглядає останній як стратегію монополізації влади, що імітує інтерес всього суспільства [Шевченко, с. 250]. Автор наголошує на трансформації, а радше вкоріненні російського пропагандистського дискурсу з приходом до влади Путіна, який набув всеохопності завдяки розвитку інформаційних технологій і, як наслідок, конструюванню телевізійної реальності — найкращої платформи для просування власних інтересів [Там само, с. 251]. У витоків пропаганди, що являє собою викривлену реальність, стоїть чітко технологізований процес та інструментарій, уже наведений вище: це оперування емоційною лексикою і оціночними судженнями, які зумовлюють появу сталих «семантичних блоків», використання евфемізмів задля підміни понять та приховування істинних смислів описуваних подій (Голодомор в Україні - «спільна трагедія всіх народів СРСР»), зловживання «семантичними фантомами», що являють собою широке значення слова і в результаті нівелюють його ціннісну складову («свобода», «справедливість», «прогрес») [Там само, с. 252-253]. Окрім того автор виокремлює «псевдоуточнюючу конотацію», яка також нівелює істинний сенс ідеологічної складової поняття («керована демократія»), «логіку контрарності», що ґрунтується на діалектиці і є важливим інструментом у конструюванні маніпулятивних повідомлень («примус до миру») і підсумовує свій виклад тезою про продукування пропаганди як процесу, еквівалентного створенню вигаданої картини світу шляхом викривлення реальності [Там само, с. 254-255]. Окремою складовою пропагандистського повідомлення, на думку дослідника, є вигадування «слів-фантомів», що підсилюють формування негативних образів і відповідного сприйняття («бандерівець» = «фашист», «лібераст»). Таким чином, у підсумку автор доходить висновку, що сьогодні російська пропаганда ґрунтується на синтезі традиційних технологій її продукування

і здобутків цифрової ери, що постає ще більш загрозливим за умов інформаційної війни [Там само, с. 257].

1.2. Аналіз дискурсу і використання пропаганди в інших країнах на прикладі закордонних медіа

Наступне тематичне коло, в межах якого буде проведений огляд релевантних досліджень, являє собою висвітлення досвіду закордонних медіа у продукуванні пропагандистських повідомлень і маніпулятивних наративів. Це постає значущим в контексті порівняння інструментів і методів інших країн із засобами, які використовує РФ.

Дослідження Сеєдалі Джаваді фокусується на аналізі двох основних дискурсів в іранських ЗМІ, кожен із яких прагнув до гегемонії: іранський ісламістський, представлений виданням *Resalat*, та іранський реформістський, представлений газетою *Etemad-e Melli*. Методологія цього дослідження ґрунтується на критичному дискурс-аналізі, а вибірка становить низку суботніх редакційних статей від 4 квітня 2009 року по 12 червня 2009 року [Seyedali, с. iii]. Дослідницьке питання, навколо якого автор вибудував дослідження, стосується виявлення пропагандистських технік, котрі використовують з метою зміцнення наведених означуючих в інформаційному полі [Там само, с. 5]. Аналіз базувався на трьох етапах: дослідження іранського дискурсивного поля і визначення ключових означуючих у ньому, аналіз комунікативної складової з фокусом на описі лінгвістичних структур за Фейрклафом і лінгвістичних інструментів за ван Дейком, інтерпретація інформації, згідно з теорією дискурсу Лакло і Муфф [Там само, с. 205-206]. В результаті проведеного дослідження автор виявив такі техніки пропаганди, як техніку бекграунду, порядку денного, висвітлення частини правди, викривлення фактів, сортування повідомлень і акцентування на деяких із них [Там само, с. 338]. У висновку дослідник зауважив, що, згідно з результатами аналізу, видання *Etemad-e Melli*

використовувало більше технік, ніж Resalat, а значить, має більше шансів на вкорінення дискурсу, яке воно просуває, у сприйняття аудиторії [Там само, с. 405].

Дискурс-аналіз політичної пропаганди на прикладі дискурсивних практик грецького медійного середовища і виявлення маркерів ідеологічного маніпулювання аудиторією було здійснено у статті Маріанни Патрона. Авторка зазначає, що грецькі ЗМІ, крім того, що в певний момент перейшли власність впливових бізнесменів, завжди перебували між політикою та бізнесом і на перетині особистих та політичних інтересів, що зумовило позиціонування медіа як майданчику для їхнього публічного оприлюднення [Patrona, с. 4]. Для того, аби виділити домінуючі дискурси та їхній вплив в інформаційному просторі, дослідниця, в першу чергу, стисло виклала соціальний і політичний контекст, у якому перебувала Греція — референдум 2015 року стосовно прийняття третього пакету допомоги від Євросони, що, як проголошував грецький уряд, для населення означало подовження режиму жорсткої економії або ні. Тоді медіа-мовники розділились у риториці, оскільки частина з них просуvala позицію «за», а інша — позицію «проти». Журналісти, використовували метафоричність задля конструювання образу Греції та її поточного стану, лексикон «страху і трепету» («fear and awe») та інтерпретаційні рамки, котрі допомагали аудиторії вибудувати власні значення згідно з конкретними концептуальними репрезентаціями [Там само, с. 5-6]. Крім того, авторка виділяє такий важливий інструмент транслявання обраних наративів, як підписи до телевізійних сюжетів, оскільки вони дозволяють просувати фрейми, сконструйовані самими журналістами [Там само, с. 8].

Релевантним із точки зору методологічного підходу є інше дослідження пропагандистських технік у просуванні ісламофобських наративів у двох виданнях - британському Mirror і бангладеському The

Daily Star. Автори послуговувалися описовим якісним методом і апелювали до теорії дискурс-аналізу Нормана Фейрклафа з метою виявлення лексичної складової продукування пропаганди у матеріалах, в яких описуються Іслам та мусульмани [Wanda, Hamzah, Marlina, с. 108]. Дослідники використовують одне з визначень пропаганди, якими оперує дослідник, на якого посилаються автори, Мохамед Бадар у статті «The Road of Genocide: The Propaganda Machine of the Self Declared Islamic State» — чорна пропаганда («Black Propaganda»), котра ідентифікується як така, що має одне першоджерело, втім, насправді має інше. Бадар також використовує терміни «біла пропаганда» («white propaganda»), яка походить з відкритого та ідентифікованого джерела, та «сіра пропаганда» («grey propaganda»), джерело якої неможливо визначити. У дослідженні автори апелюють саме до чорної пропаганди, аргументуючи це тим, що спільнота мусульман більшою мірою репрезентується в медіа в негативних конотаціях. В якості даних для аналізу авторами було обрано певний пласт новин, які публікували згадані вище видання, в період з моменту трагедії 9/11 до серпня 2019 року [Там само, с. 111-112]. Результатом дослідження стали висновки, по-перше, щодо використання негативних конотацій в описі мусульман в обох виданнях, залучаючи техніку іменування, акцентування на одних і замовчування інших аспектів, спекулювання на виборі спікерів. Перша техніка передбачає навішування ярликів, які тут являли собою використання слів «терорист», «тероризм», «маніяк» та інших, друга — селекцію фактів і представлення їх в упередженому світлі, третя — залучення спікерів, які висловлюють власну думку стосовно людини, події чи ідеї [Там само, с. 113-114]. Крім того, дослідники виокремлюють таку маніпулятивну технологію, як використання спекулятивних світлин в якості ілюстрації до новини, які у своєму конотативному значенні транслиують упереджене ставлення та мають ідеологічну цінність, і формулювання емоційно забарвлених заголовків,

зв'язаних із зображенням [Там само, с. 115].

Аналіз використання інструментів пропаганди в медіа під час польських виборчих кампаній 2015 року проведено у дослідженні Олександри Сіновец, яке ґрунтувалось на методі контент-аналізу [Synowiec, с. 133]. Дослідниця виокремлює, зокрема, ті ж саме техніки, які виявили автори попереднього дослідження, втім, також акцентує, по-перше, на яскравих узагальненнях, що передбачають розмитість та позитивну конотативність, по-друге, на передачі — техніці проєктування позитивних чи негативних якостей з якогось об'єкта чи суб'єкта на інший задля того, аби зробити останній більш прийнятним або навпаки, по-третє, на залученні ідеологізованої категорії «прості люди», і на техніці масового схвалення — такій, що переконує людей доєднатись або прийняти нав'язану точку зору лише завдяки апелюванням до того, що вже велика кількість людей це зробила [Там само, с. 135]. В аналізі польського політичного дискурсу та інструментів продукування пропагандистських повідомлень авторка, в першу чергу, виокремлює вже згадану вище техніку іменування («name calling»), яка проявляла себе у польському інформаційному середовищі у використанні ярликів, гри слів, образливої лексики та гейт спічу, що відсилають до здебільшого негативних емоцій, спрямованих в цьому випадку на прихильників чи опонентів кандидатів. Наприклад, опоненти кандидата Бронислава Коморовські трансформували його прізвище в медійному полі з «Komorowski» на «Komoruski» через дискурс у полі його опонентів про включеність кандидата в інтереси Росії. Тактика узагальнення («glittering generalities») знайшла своє відображення у політичних слоганах кандидатів, котрі мають більшою мірою позитивні конотації — слоган Анджея Дуди звучав, як «Ім'я майбутнього — Польща», у якому на конотативному рівні простежуються патріотичний наратив розвиненої в майбутньому країни. Метод передачі («transfer»)

використовували з символічної перспективи в процесі залучення зображень національного прапора, гербу, гімну з метою отримати схвалення і підтримку з боку електорату, оскільки ці знаки мають позитивні конотації та ідеологічну цінність, а значить, впливають на емоції і являють собою сприятливе підґрунтя для пропаганди. Таким чином, цей метод спрямовує сприйняття аудиторії від символізму до ідей [Там само, с. 136]. Схожою з методом передачі є тактика залучення авторитетних акторів чи знаменитостей до процесу просування певної ідеї («testimonial»), що пробуджує в електорату бажання наслідувати і властивість довіряти цим відомим спікерам, а значить і кандидатам, котрих вони підтримують. У польській виборчій кампанії ця тактика застосовувалась на різних рівнях і, зокрема, проявлялась у транслюванні чітко позитивного ставлення до конкретних кандидатів з боку головних редакторів деяких ЗМІ. Спекулювання ідеєю «прості люди» («plain folks») відсилає до бажання політиків створювати власний образ наближеності до населення за рахунок представлення себе на різних майданчиках як простої людини, яка живе таким саме життям, як і представники електорату. Тут дослідниця наводить приклад із Анджеєм Дудою, який в межах своєї політичної кампанії їздив країною і, таким чином, був максимально наближений до громадян. Техніку селекції фактів («card stacking») з метою оперування виключно позитивними або негативними конотаціями можна зустріти, як зауважує авторка, під час політичних дебатів або в програмах кандидатів, які прагнуть отримати від електорату вигідну для них схвальну реакцію. Це відбувається, зокрема, і за рахунок дискредитації опонентів, і за рахунок використання емоційно забарвленої лексики та літературних троп, що підсилюють вплив на сприйняття аудиторії. Останній метод («bandwagon»), який виокремила дослідниця, спрямований на масовість — чим більше представників якоїсь соціальної групи підтримає ідею, тим швидше вона розповсюдиться між іншими

членами цієї групи і схвалиться ними. Під час польської виборчої кампанії однією з таких ідей була обіцянка кандидатів надати фінансову підтримку в розмірі 500 злотих на другу та наступну дитину [Там само, с. 137-138]. Викладене дослідження і його результати свідчать про те, що ті представники медіа, які продукують пропаганду на будь-яких рівнях, використовують схожі техніки, вкоріненню і розвитку яких, в тому числі, сприяє технологізоване інформаційне середовище.

Заключне для цього тематичного циклу дослідження двох індонезійських авторів покликано виявити способи конструювання медіа-текстів в контексті поширення пропаганди, зокрема, шляхом критичного дискурс-аналізу новинних повідомлень від BBC, DW і NEWS. Дослідники апелюють до моделі дискурс-аналізу Т. ван Дейка і розглядають новинні тексти з позиції трьох вимірів. Перший — це аналіз тексту безпосередньо, який передбачає лінгвістичний аналіз макроструктури (теми тексту) з метою виявлення загального значення цього тексту, аналіз суперструктури, яка є частиною структури дискурсу і, власне, зумовлює наявність композиційних елементів, і аналіз мікроструктури, або семантичний аналіз. Другий вимір — соціальне знання — покликаний виявити приховане значення тексту, його ідеологічну складову. Третій — соціальний контекст — передбачає інтертекстуальний аналіз виявлення передумов створення дискурсу і його конструювання та вкорінення у соціумі [Triyono, с. 130]. Результати дослідження свідчать про те, що на рівні аналізу тексту було виявлено, зокрема, використання узагальнень і використання прикметників вищого ступеня («найбільш»), що створює хибне сприйняття. Аналіз синтаксису був зосереджений на фіксації використання різних частин мови в реченнях, зокрема, сполучників як з'єднувальних часток між словами у реченнях. Щодо двох інших вимірів — соціального знання і контексту —

автори простежили кореляцію у висвітленні описуваних подій трьома виданнями і виділили дискурси, якими вони оперували [Там само, с. 133-134].

1.3. Лінгвістична і семантична складові в дискурс-аналізі пропаганди

З огляду на аналіз вище викладених досліджень можна дійти висновку, що лінгвістична складова критичного дискурс-аналізу є однією з найбільш значущих. Таким чином, також постає важливим проаналізувати низку статей, автори яких досліджували використання лінгвістичних засобів, символізму, конструювання мовних новотворів в контексті інформаційної війни і російську міфотворчість як невід'ємну частину продукування пропагандистських повідомлень.

Метод дискурс-аналізу як засіб верифікування інформації та виявлення характеристик маніпуляцій і пропаганди, а саме фейкових новин, розглядається в дослідженні Юліана Ваману, яке можна вважати концептуальним обрамленням викладу подальших статей, що фокусуються саме на лінгвістиці. Автор послуговується концепцією десятивимірного фрейму, запропонованою дослідником Дугласом Волтоном у праці «Media argumentation: Dialectic, persuasion and rhetoric», яка покликана ідентифікувати прояви пропаганди у медіа-просторі. Перший вимір — діалогічна структура, яку зумовлює комунікативний дискурс, що лежить в основі пропаганди, і передбачає наявність відправника повідомлення і його отримувача. Якщо розглядати поширення пропагандистських повідомлень у площині соціальних мереж, починає проявлятися діалогічна структура, оскільки розкривається можливість реагувати і коментувати вміст цього повідомлення. Тут автор наголошує на важливості верифікації джерела повідомлення, яке постає безпосереднім учасником цього процесу комунікації [Vamanu, с. 201]. Другий вимір — вміст повідомлення — необхідно досліджувати з урахуванням аналізу аргументаційних патернів,

фігур мови, символізму і лексики. Третій — націлена структура — передбачає, знову ж таки, комунікативну якість пропаганди, яка може бути націленою або на підтримку, або на дискредитацію та підрив. Четвертий рівень — залучення соціальних груп — котрий означає, що мовець завжди продукує повідомлення від імені якоїсь групи (партія, корпорація) і має на меті вплинути на аудиторію, зокрема, за допомогою лінгвістичних переконливих засобів [Там само, с. 202-203]. Два наступні виміри стосуються нехтування автором пропаганди логічними поясненнями та причинами і використанням однобокої аргументації, яка передбачає акцентування на одному і замовчуванні інших фактів. Сьомий вимір являє собою властивість переконання, притаманну пропаганді, яка досягається за рахунок конструювання вигідного для авторів сценарію повідомлення, який, зокрема, містить заклик до дії, самопозиціонування, апелювання до опонентів [Там само, с. 204-205]. Три останніх виміри, на яких наголошує дослідник, це: самовиправдання пропаганди в ім'я результатів, використання емоційної лексики, переконливих суджень і полемічності [Там само, с. 206].

Для проведення ґрунтового дискурс-аналізу у цьому дослідженні необхідно проаналізувати те, як використовували мовні засоби і маніпулювали наративами у російському інформаційному полі до 2014 року. Ольга Кирилюк у своїй статті дослідила семантику довоєнного дискурсу і конструювання негативного образу України. По-перше, вона виокремлює вживання сталого антонімічного ряду у побудові дискурсу («друг-ворог», «хороший-поганий»), нашарування позитивних чи негативних конотацій на побудову повідомлення в залежності від того, які з них є вигідними для адресанта, спекулювання наративами, дегуманізацію і демонізацію, вживання емоційно-оціночних суджень і превалювання конотативних значень [Кирилюк, с. 71]. Авторка аналізує низку інтерв'ю

російського політолога 2008 і 2009 року, який активно зловживає всіма вище наведеними лінгвістичними інструментами пропаганди і використовує сталі наративи інформаційного простору РФ про бажання російськомовного населення бути у складі Росії і, як наслідок, виправдане нехтування з боку РФ територіальною цілісністю України, про загрозу для України, яку їй несе вступ в НАТО, про неминучий поділ і розпад України, про поляризованість українського населення [Там само, с. 72]. Крім того, дослідниця проаналізувала пропагандистські наративи, спрямовані на дискредитацію образу України, у «патріотичних» продуктах російського кінематографа, в яких здебільшого повторюється та ж сама стала риторика, що й на федеральних каналах не лише в межах новинних передач, а й розважальних [Там само, с. 73]. Таким чином, дане дослідження свідчить про структуровану і агресивну тактику деформації сприйняття аудиторії образу України задовго до 2014 року.

Продуктування неологізмів у медіа-просторі в умовах інформаційної війни, що несуть за своєю семантикою символічне значення, є значущим методом маніпулювання свідомістю. У статті В. Швидкої аналізується конструювання цих новотворів і виявляється асоціативний ряд, котрий вибудовується під час процесу їхньої інтерпретації. Тут важливу роль відіграє семіотичний аналіз, який зокрема буде використаний у цьому дослідженні, оскільки йдеться про декодування символів. Авторка виокремлює слова-символи, більша частина яких постає мовою ворожнечі — «каратели», «хунта», «правосеки», «фашисты» — і, крім того, є в деякій мірі запозиченою практикою з радянської риторики, в межах якої будь-яку національно свідому людину визначали як фашиста чи нациста [Швидка, с. 90-91]. Символізація, в свою чергу, здебільшого пов'язана з дихотомічними категоріями добро-зло, своє-чуже, що зумовлює створення інтерпретаційного асоціативного ряду у сприйнятті і трактуванні слів [Там

само, с. 92]. Після викладу характеристик низки неологізмів дослідниця підсумовує, що всі вони конструюють дві полярні конотації — позитивну чи негативну — а трактування цих конотацій залежить від того, в чиєму інформаційному полі вони вживаються і у який спосіб [Там само, с. 96].

За рахунок сталого транслювання недостовірної маніпулятивної інформації формується мова певної ідеології як, знову ж таки, один із механізмів реалізації політичних цілей. Аналіз українського медійного простору крізь призму інструментарію пропаганди провела Світлана Романюк. Авторка акцентує на визначенні пропаганди з точки зору комплексу семіотичних засобів, які містять низку вербальних і невербальних складових [Романюк, с. 3-4]. У статті наведено і проаналізовано 4 приклади використання методів, якими послуговуються у продукуванні пропагандистських повідомлень, в українських засобах масової інформації. Результатом цього аналізу стали наступні висновки: завуальований спосіб викладення думок, прагнення створити позитивний образ актора матеріалу і негативний для опонента, спекулювання лексичними і стилістичними конструкціями задля досягнення більшого впливу на сприйняття [Там само, с. 5]. У підсумку дослідниця апелює до важливості розуміння суспільно-політичного та історичного контексту об'єктів дослідження і міждисциплінарних знань, оскільки, як вже було зазначено в одному з вищевикладених досліджень, сьогодні дискурс-аналіз має бути мультимодальним, оскільки серед складових об'єктів дослідження є не лише текст, а й візуальний модус [Там само, с. 7].

Потужною частиною російських пропагандистських наративів є символізм та міфотворчість, а отже, для аналізу необхідного брати до уваги цей дискурс. Валентин Бушанський у своїй статті аналізує конструювання міфів у російському інформаційному просторі і виокремлює три основні компоненти цього процесу, які реалізуються через

пропаганду: по-перше, це категорія часу, в межах якої звеличується минуле і оспівується славетне майбутнє, по-друге, акцентування на історію, виклад якої відбувається шляхом «раціоналізації образу реальності», а отже, її спрощення, по-третє, звеличення образу Росії за рахунок побудови наративів про її неосяжність, силу і сталість [Бушанський, с. 299-300]. Таким чином, завдяки впливу кожного з цих чинників на конструювання, зокрема, новинної адженди російських ЗМІ, контент яких проходить через ці фрейми міфологізації, на виході формується потужний пропагандистський продукт, який за суттю своїх наративів є незмінним вже багато років.

РОЗДІЛ 2

ТЕОРІЯ КРИТИЧНОГО ДИСКУРС-АНАЛІЗУ

2.1. Концептуальна рамка теорії критичного дискурс-аналізу

Застосування теорії критичного дискурс-аналізу є найбільш релевантним з огляду на цілі, дослідницьке питання і предмет даного дослідження. Отже, важливо викласти теоретичне обґрунтування використання дискурс-аналізу, проаналізувати критику теорії і простежити прояви його операціоналізації в інших наявних дослідженнях.

Одним із найбільш знакових дослідників теорії дискурс-аналізу є Норман Фейрклаф. Загалом, дискурс-аналіз являє собою критичне осмислення дискурсу, зокрема у медіа-площині, із урахуванням семіотичної, лінгвістичної, соціокультурної складових. Крім того, у своїй праці «Language and power» Фейрклаф акцентує на тому, що в процесі аналізу необхідно брати до уваги не лише текстові особливості, а й нелінгвістичні візуальні, оскільки здебільшого повідомлення, які транслює медіа-контент, передбачають цілісну інтерпретацію обох вищезазначених складових. Тож, дослідник пропонує систематизувати аналіз дискурсу за допомогою наступних засобів: ідентифікації та опису тексту, інтерпретації кореляції тексту та взаємодії і пояснення кореляції взаємодії та соціального контексту [Fairclough, с. 109]. Згідно з Фейрклафом, аналіз текстової складової має базуватись, по-перше, на лінгвістичному дослідженні і відштовхуватись від низки питань. Перше з них стосується виявлення емпіричних цінностей, якими володіють слова — тобто яким чином ідеологічні складові репрезентацій світу, що містяться в тексті, задовані у його лінгвістичну структуру [Там само, с. 112-113]. Загалом, суть цього питання полягає у фокусуванні на площині між текстом і типами дискурсу із залученням аналізу лінгвістичної структури, з якої вибудовуються ці дискурси. Автор акцентує на двох категоріях, виявлення яких є одним із кроків текстового аналізу: переназивання («rewording»), тобто

використання інтерпретаційних заміників певного слова, що несе в собі ідеологічну характеристику, і надлишкового називання («overwording»), тобто перенасичення синонімічними словами, котрі теж з ідеологічної перспективи підкреслюють значення описуваного і зосереджують увагу читача [Там само, с. 113-115]. Наступним кроком в лінгвістичному аналізі постає питання наявності у словах реляційної цінності, одним із маркерів яких є виявлення в тексті евфемізмів [Там само, с. 116-117]. Третій крок стосується ідентифікації експресивних цінностей у словах — емоційно-забарвлених відтінків, що транслують ставлення автора до описуваного і, як результат, є ідеологічно значущими та переконливими для читача. Використання метафор є іншою ідеологізованою властивістю текста, виявлення якої є наступною ланкою в його дослідженні. Норман Фейрклаф визначає метафору як спосіб репрезентації одного з аспектів досвіду шляхом оперування термінами іншого [Там само, с. 118-119]. Емпірична цінність граматичних характеристик постає, згідно з автором, п'ятим питанням в процесі здійснення дискурс-аналізу і дослідження тексту, зокрема. Емпіричні аспекти граматики пов'язані із соціальними подіями та відносинами, з тими, хто у ці події залучений, з просторовими і темпоральними обставинами їхнього розгортання. Ключовим тут постає текстуальна репрезентація автора описуваних подій, використання ним граматичних конструкцій та інших складових текстового наповнення, селекція якого набуває також ідеологічної значущості [Там само, с. 120]. Номіналізація, тобто конвертація частин мови, використання активних чи пасивних дієслів, наявність агента дії у реченні є також об'єктами дискурс-аналізу, оскільки у зв'язці вони можуть нести приховане значення, а значить — ідеологічне нашарування. Крім того, відповідь на питання, чи є речення стверджувальним або заперечувальним, оскільки останнє свідчить про досвідову цінність і може передбачати інтегроване у нього суб'єктивне ставлення автора. Фейрклаф акцентує і на відносних

цінностях граматичних характеристик — форма речення, модальність і використання займенників [Там само, с. 124-125]. Тут варто виділити модальність, оскільки вона постає також і експресивною цінністю, а саме модальні допоміжні дієслова, котрі можуть становити ідеологічний інтерес — маєш, можеш, слід та інші. Використання займенників здебільшого засвідчує вираження сили та солідарності. Займенник множини «ми» може бути як інклюзивним, що передбачає залучення аудиторії у суть повідомлення, так і ексклюзивним, тобто таким, що говорить від імені авторів повідомлення [Там само, с. 126-127]. В обох випадках проявляється авторитетність авторів і подекуди їхнє ставлення та ідентифікація відносно держави, а отже, і ідеологічна складова [Там само, с. 128]. До неї також відносяться і структурні елементи у реченнях, в яких простежується причинно-наслідковий зв'язок [Там само, с. 131]. Ідеологізоване підґрунтя може мати і діалогічна побудова дискурсу, коли одним із учасників використовуються такі засоби, як переривання, нав'язувана розгорнутість відповідей, контроль над темою, формулювання, що передбачають, зокрема, переназивання одного й того самого аспекту теми і контроль [Там само, с. 135-136].

Оскільки процедура дискурс-аналізу не може обмежуватись описом текстової складової, а й має містити дослідження соціального контексту, автор апелює до процесу інтерпретації та пояснення як значущих стадій цієї процедури. Він виділяє процес інтерпретації контексту та тексту і їхні процедурні стадії: в першому складовими виступають ситуаційний та інтертекстуальний контексти, а в другому — «поверхня» висловлювання, що передбачає лінгвістичний і граматичний аналізи, значення, або семантику висловлювання, локальну узгодженість, тобто встановлення смислових зв'язків між висловлюваннями, і текстову структуру [Там само, с. 142-143]. Контекстуальна інтерпретація, одним із досліджуваних вимірів якої є ситуаційний контекст, зокрема ґрунтується на виявленні того, яким

чином учасники інтерпретують ситуацію, оскільки це визначає тип дискурсу і природу подальших інтерпретаційних процедур в процесі текстового аналізу. Тут проявляється інтертекстуальний контекст, що передбачає зв'язування учасниками поточного дискурсу з попередніми шляхом оперування власними припущеннями стосовно цього зв'язку [Там само, с. 144-145]. Підсумовуючи, Фейрклаф виокремлює три рівня інтерпретації дискурсу: по-перше, це контекст, який передбачає аналіз того, що учасники закладали в інтерпретації ситуаційних та інтертекстуальних контекстів, по-друге, тип дискурсу, що містить, зокрема, лінгвістичний, граматичний, семантичний, фреймовий аналіз, по-третє, це різниця і зміни — на цьому рівні постає питання, чи відрізняється аналіз перших двох рівнів відносно різних учасників і чи видозмінюються вони. Задачею пояснення у цьому ланцюгу процедурних елементів дискурс-аналізу є зображення дискурсу як частини соціального процесу та соціальної практики, а також його визначення соціальними структурами і його зворотній вплив на них [Там само, с. 162-163]. Три основні питання, на яких акцентує автор і які стосуються стадії пояснення в процесі дослідження полягають у першу чергу, в соціальних детермінантах, які базуються на виявленні впливових зв'язків на ситуаційному, інституційному і суспільному рівнях, котрі обрамлюють дискурс, по-друге, в ідеологіях — пошуку елементів дискурсу, що мають ідеологічний характер, по-третє, в ефектах, котрі передбачають позиціонування дискурсу відносно зв'язків на вищезазначених рівнях, яке, зокрема, може проявлятися у функції їхньої підтримки чи трансформації [Там само, с. 166].

Отже, згідно з викладом процедури критичного дискурс-аналізу Нормана Фейрклафа, аналіз має базуватись на трьох стадіях: описовій, тобто лінгвістичній, інтерпретаційній — в межах якої необхідно виявити відношення між текстом і взаємодією, у якій він існує, та

інтертекстуальність, що полягає в пошуку і аналізі дотичних дискурсів, з якими можна співвіднести досліджуваний, а остання стадія — пояснювальна — передбачає встановлення відношення між взаємодією і соціальним контекстом [Кириченко, с. 21]. Значущим для дослідника постає ціль розглядати текст з перспективи «інтертекстуальної ланки», оскільки здебільшого у текстах можна простежити присутність елементів, що містились у попередніх. Інтертекстуальність засвідчує вплив історії на текст і навпаки [Філіпс і Йоргенсен, с. 118-119].

Інший визначний дослідник теорії дискурс-аналізу Теун ван Дейк розглядав дискурс в контексті ідеологій і апелював до того, що вони проявляються в дискурсі та комунікації зокрема завдяки невербальним складовим повідомлення — зображенням або фотографіям — котрі можна проаналізувати з семіотичної перспективи. Він акцентує на тому, що теорія ідеології виражається через певну концептуальну рамку, яка поєднує суспільство, дискурс і соціальне знання і являє собою критичний дискурс-аналіз, в межах якого ідеології є підґрунтям для організації цього соціального знання, котре поділяють члени певної спільноти. У визначенні соціального знання дослідник використовує дефініцію, яка розглядає його як систему ментальних репрезентацій та процесів представників соціальних угруповань [Van Dijk, с. 17-18]. Для виявлення зв'язків між загальними ідеологіями спільноти і текстом Теун ван Дейк пропонує трирівневу модель аналізу, згідно з якою можна простежити ці зв'язки між ідеологією і дискурсом. На першому рівні соціального аналізу визначаються загальні суспільні структури (парламентаризм, демократія), інституції, зв'язки між групами та їхні структури. Другий рівень когнітивного аналізу передбачає аналіз декількох додаткових рівнів: соціального і персонального знання. Аналіз соціального знання полягає у дослідженні соціокультурних цінностей і знань, ідеологій та систем ставлення до чогось. Рівень персонального знання базується на загальному

— персональних цінностях, ідеологіях, відношеннях і знанні, та конкретному — моделях репрезентації подій, контексту мовлення та дискурсу, семантиці і селекції структур дискурсу. Останній рівень аналізу — це дискурс-аналіз різноманітних структур тексту і мовлення [Там само, с. 20]. Серед структурних елементів дискурсу дослідник виокремлює, в першу чергу, рівень фонологічного та графічного представлення синтаксису і семантики, що може вплинути на конструювання значення та адженди і втілити у сприйняття текстового повідомлення ідеологічний характер [Там само, с. 23]. Синтаксис, як і лексика, корелюють із семантикою, а значить, і з ідеологічним вираженням [Там само, с. 24-25]. Щодо глобальної семантики, дослідник апелює до теми дискурсу, яка суб'єктивно визначає ту інформацію в ньому, яку спікер вважає найбільш релевантною, що, таким чином, зумовлює ідеологічний вектор керування темою як його суб'єкта. Тема, як приклад глобальної семантики, організується певною схемою, як такою, що визначає дискусію, розмову або новинну доповідь. Схематичні категорії також визначають порядок дискурсу та важливість [Там само, с. 27-28]. Заголовки, репрезентація бекграунду і пояснення обставин, складність історії, виокремлення проблеми і її вирішення, аргументація — у кожному з цих складових дискурсу може бути закладене ідеологічне навантаження. Риторичні структури дискурсу такі, як повтори, алітерації, і семантичні фігури у вигляді, наприклад, метафор також можуть поставити функціями ідеологічного контролю [Там само, с. 29].

Таким чином, підсумовуючи, можна сказати, що Теун ван Дейк у своїй роботі викладає соціокогнітивну модель, основою якої постають «продукти» пізнання, а термін «когніція» передбачає спектр знань, цінностей, ідеологій. Окрім того, дослідник використовує поняття «ментальна модель ситуації», яка являє собою схему уявлення індивіда про

певну соціальну подію на основі раніше набутого досвіду. Звідси і вибудовується інтерпретація і розуміння дискурсу [Кириченко, с. 20].

Суть дискурсу і його аналіз також досліджував Володимир Кулик. Серед фундаментальних засад дискурс-аналізу він апелює, в першу чергу, до його соціальної зорієнтованості, вивчення елементів мовлення та його впливу на суспільні стосунки і визначення того, яким чином дискурс сприяє реалізації владних стосунків. Звідси, він виокремлює один із головних об'єктів дискурс-аналізу — дослідження проявів та впливу ідеологій [Кулик, с. 58-59]. Іншою фундаментальною засадою постає рефлексивність, тобто врахування в ході дослідження впливу його процесу на результати, а також зауважувати наявність попереднього соціокультурного знання у дослідника, його ідентичності та персональний ідеологічний вектор сприйняття соціальної дійсності [Там само, с. 61]. Процес операціоналізації, згідно з Куликом, починається з формування вибірки текстів як об'єктів аналізу, контекстів і розмежування дискурсів [Там само, с. 63]. Далі розпочинається аналітичний процес, який передбачає винесення дослідником низки припущень стосовно характеристик тексту, котрі, на думку інтерпретатора, є найбільш значущими як маркери соціальної та ідеологічної впливовості тексту [Там само, с. 66]. Першою процедурною ланкою тут постає вибір слів для конструювання певних значень, або називання («wording»), в процесі якого автор текстового повідомлення надає перевагу вживанню тих слів, які транслюватимуть закладене в них суб'єктивне значення автора. Кулик зауважує, що різні слова являють собою різні способи представлення світу, а отже і різні дискурси, втім, дослідник може лише висувати припущення стосовно того, яке значення мовець прагнув укласти в них. Однак іноді слова можуть бути достатньо маркерованими у медійному полі, і тоді їхнє використання може зумовлювати більш однозначну інтерпретацію з боку дослідника [Там само, с. 68-69]. Важливо, що навіть не усвідомлений вибір

такого роду слів засвідчує підтримку певної ідеології, що характеризує їхнє конструювання. Більш вагомою для дослідників характеристикою словотворення є переназивання («rewording»), яке можна трактувати як підміну понять, котру використовують задля свідомого продукування викривленого ідеалізованого значення: вживання неологізмів, слів, які зазвичай вживаються відносно подій, відмінних від описуваних, евфемізмів, що зумовлюють менш негативне сприйняття тексту. Наступним елементом аналізу є надмірне називання («overwording»), яке проявляється у використанні багатьох синонімічних слів в одному тексті і може інтерпретуватись як прояв посиленої уваги, а отже ідеологічності. Вживання метафор не лише впливає на сприйняття і спричиняє затвердження експресивно-емоційної характеристики повідомлення, а й вибудовує спосіб мислення про описане [Там само, с. 70-71]. Визначення характеристик того, в який спосіб автор представляє подію та її учасників, є іншою стадією критичного дискурс-аналізу. Тут важливо акцентувати на тому, як репрезентується акт дії, чи вказуються її актори, як проводиться зв'язки між ними — це є транзитивністю, тобто зв'язуванням у реченні підмета, присудка і додатка. Об'єктами аналізу постають зокрема використання активних чи пасивних дієслів, згадка чи ігнорування наявності суб'єкта в пасивному реченні, дієвість чи подієвість речення, характеристику якого, знову ж таки, визначає вибір дієслів, і номіналізація — конвертація дієслова, котре позначає активну дію, у іменник. Володимир Кулик виокремлює модальність дієслова, до якої також апелював і Фейрклаф, котра визначає представлення суб'єкта і вказує на заклик до виконання дії. Крім того, порядок слів у першому реченні теж неабияк позначається на фокусуванні уваги читача на необхідних автору тематичних акцентах [Там само, с. 72-73]. Представлення статусу знання в контексті речення відіграє не менш фундаментальну характеристику для дискурс-аналізу, оскільки надання модальності твердженням може

засвідчувати ставлення мовця до події, його переконання чи невпевненість стосовно знання про неї, це може призвести до змішання фактів суджень. Інтертекстуальність, до якої звертався й Фейрклаф, є засадничим елементом в дискурс-аналізі, який передбачає наявність у тексті вживаних до цього висловів. Кулик посилається на твердження Міхаїла Бахтіна, який апелював до того, що кожен текст, як симбіоз вже існуючих текстів, стає «ланцюжком комунікації», оскільки містить у собі минулі тексти, до яких він звертається, та майбутні, основою для яких він стане [Там само, с. 74-75]. У тексті можна зустріти явну інтертекстуальність, яка може проявлятися у цитуванні на письмі, або інтонаційному виділенні певних тверджень під час промови — це являє собою «представлення іншого дискурсу». Цей процес передбачає продукування ідентичностей на двох рівнях: репрезентації акторів, на яких посилається автор повідомлення, і самопрезентації автора, враховуючи те, що під час цитувань він ідентифікує себе і свою позицію відносно частини групи, до якої належить актор. Інтердискурсивність є складовою інтертекстуальності, яка передбачає оперування у тексті різними дискурсами. Тут можуть також простежуватись ідеологічні засади у випадку, коли автор використовує «конвенції різних дискурсів», що робить текст неоднорідним на структурному рівні — цей вид інтертекстуальності називають «конститутивним» і він може зумовлювати суперечливість викладу [Там само, с. 76-77].

2.2. Переваги і критика теорії критичного дискурс-аналізу

Теорія критичного дискурс-аналізу безумовно має свої переваги і недоліки, до яких у своїй книзі апелював і Володимир Кулик, акцентувавши на ризиках інтерпретаційної недостовірності та потенційній упередженості дослідника. Маріанне Йоргенсен і Луїза Філіпс також виокремлювали критичні зауваження стосовно теорії. На їхню думку, теоретичний підхід Нормана Фейрклафа є найбільш комплексним і глибинним з точки зору

поєднання як лінгвістичного, так і соціокультурного рівнів дослідження. Втім, на противагу тезі Фейрклафа про формування дискурсами соціального світу, вони вбачають проблему у цьому підході, яка криється у наслідках дослідження розмежування дискурсивного і недискурсивного, і вважають, що не можна стверджувати про актуальність боротьби дискурсів і вплив їхніх практик на соціальний порядок. Причиною проблеми, на думку дослідниць, виступає обмеженість аналізу Нормана Фейрклафа окремими текстами, що полегшує процес аналізу і виявлення залучення дискурсивних практик до конструювання соціального світу [Йоргенсен і Філіпс, с. 142-143]. Крім того, згідно з авторками, недоліками як теорії Фейрклафа, так і дискурс-аналізу в цілому, є неповноцінний розгляд процесів, котрі беруть участь у формуванні соціальних груп, репрезентації суб'єктів і агентів, контроль над мовою, оминання факту активної залученості людей в процес інтерпретації текстів [Там само, с. 144-145]. Головною відмінністю викладу теорії дискурс-аналізу Фейрклафа у порівнянні з концепціями інших дослідників виступає його представлення дискурсу як активного «актора», залученого у побудову соціокультурних вимірів, інші ж розглядають дискурс лише як віддзеркалення або відтворення вже усталених структур соціальної взаємодії [Там само, с. 145-146].

Критиці також піддається і виклад критичного дискурс-аналізу Теуна ван Дейка, у схемі і методології якого виділяють такі недоліки, як надто спрощене уявлення і репрезентація суспільства, оскільки у фокусі дослідника перебувають лише окремі соціальні групи, оперування абстрактними категоріями, лише побічна згадка автором можливостей відхилення суспільства від визначених ідеологій і сумнівна коректність структур акту комунікації, виділених ним. Утім, головним позитивним аспектом теорії ван Дейка є її новизна, яка, зокрема, передбачає спробу

подолати протиріччя між складовими соціальної науки (суб'єкт/об'єкт, макро/мікро) [Кириченко, с. 20-21].

Якщо говорити про критику теорії дискурс-аналізу як такого, багато дослідників, як вже було зазначено вище, апелюють до подекуди надмірної уваги до ідеологічного навантаження і його впливі. І хоча дискурс-аналіз постає потужним інструментом для інтеграції у загальний аналіз суспільних і культурних процесів, дослідники постійно ризикують транслювати необ'єктивний виклад, оскільки фокус їхньої уваги здебільшого спрямований на виявлення ідеологічних структур [Матісон, с. 36].

2.3. Поєднання теорії критичного дискурс-аналізу з іншими теоріями в дослідженнях

З огляду на особливості критичного дискурс-аналізу варто розглянути іншу теорію, котра постає суміжною з точки зору операціоналізації — теорія фреймінгу, котра передбачає своєрідне обрамлення, через яке проходять описані в медіа-текстах новини чи проблеми, що постає впливовим для сприйняття тексту аудиторією, а отже потенційно ризикованим із точки зору маніпулювання суспільною думкою. В основі концепції фреймінгу лежить процес комунікації, який містить в собі конструювання фреймів і їхнє встановлення — взаємодію медіа фреймів із аудиторією [Claes H. de Vreese, с. 51]. Конструювання фреймів (frame-building) проявляється у зв'язках між журналістами і елітами та соціальними рухами, а налаштування фреймів (frame-setting) — між медіа фреймами та індивідуальним знанням, що може позначатися на інтерпретації та оцінці описуваних подій. Фрейм надає шлях до розуміння події чи проблеми через підкреслення певних елементів теми і оминання інших [Там само, с. 52-53]. Де Вріз апелює до визначення характеристик ідентифікації новинних фреймів, запропонованого іншими дослідниками: по-перше, новинний фрейм повинен мати чіткі концептуальні та

лінгвістичні характеристики, по-друге, він мусить бути часто простежуваним у журналістиці, по-третє, фрейм має бути таким, що його можна було б вирізнити поміж інших фреймів, і також фрейм має бути репрезентативно важливим та впізнаваним іншими [Cappella & Jamieson, с. 47; 89]. Серед низки підходів до виявлення фреймів новин автор виокремлює такі маркери, як заголовки, підзаголовки, візуальне доповнення, підписи до ілюстрацій, ліди, вибір джерел і цитування, висновки [Tankard, с. 101]. Також він пропонує розмежування двох видів фреймів: релевантних тільки для конкретних тем (*issue-specific frames*) і для багатьох (*generic frames*) [Claes H. de Vreese, с. 54]. Крім того, Семетко і Валкенбург, до яких апелює де Вріз, визначають 5 поширених видів новинних фреймів: конфлікту, людського інтересу, відповідальності, моральності, економічних наслідків [Semetko & Valkenburg, 2000]. Фрейм конфлікту підкреслює конфлікт між окремими індивідами, соціальними групами чи країнами, фрейм людського інтересу виносить на передній план історію людини як засвідчення описуваної проблеми, фрейм відповідальності презентує тему таким чином, що покладає відповідальність за причини чи вирішення проблеми на уряд або індивіда, фрейм моральності — обрамляє подію, представлену в новині, релігійним або моральним контекстом, фрейм економічних наслідків викладає суть події через призму економічних наслідків на індивідів, суспільство або країну [Claes H. de Vreese, с. 56].

Таким чином, зважаючи на те, що аналіз фреймів, притаманних новинним текстам, відбувається згідно зі схожою з дискурс-аналізом процедурою, а, власне, у самому критичному дискурс-аналізі значущим є виявлення ідеологічно забарвленого обрамлення, через який проходить дискурс, теорія фреймінгу є релевантною з точки зору його суміжного використання з дискурс-аналізом у дослідженнях.

РОЗДІЛ 3

МЕТОДОЛОГІЯ

3.1. Опис і обґрунтування методів

З інструментальної точки зору теорія критичного дискурс-аналізу сама по собі є вагомим підґрунтям для дослідження репрезентації образу України в російських пропагандистських дискурсах, оскільки як Норман Фейрклаф, так і Володимир Кулик, на підходи яких спирається дана робота, розробили прикладний арсенал інструментів для процедури проведення аналізу дискурсів і виявлення характерних маркерів ідеологізації. Зважаючи на те, що дискурс-аналіз передбачає лінгвістичний і семантичний аналіз тексту, семіотика, як наука про знакові системи, закладені, зокрема, в текстове повідомлення, постає значущою складовою в процесі цього аналізу.

Деякі автори визначають дискурс-аналіз як семіотичне дослідження текстів і реакцій на них з боку аудиторії, що покликано віднайти його приховані значення, виявити загальний контекст, в межах якого він продукувався, та проінтерпретувати його з позиції аудиторії [Семигіна, с. 322]. В ході дискурс-аналізу з методологічної точки зору дослідник має фокусуватись на мовних одиницях тексту, котрі можуть бути систематизовані шляхом розподілу на кілька блоків і проаналізовані з перспективи їхнього інструментарію. З метою виявлення ідеологічної складової в текстовому повідомленні дослідники пропонують здійснювати аналіз з урахуванням засобів художньої виразності, прикладів, які використовує автор тексту, візуальні образи, що доповнюють матеріал, і, звісно, соціокультурний контекст, як уже було зазначено раніше [Там само, с. 323]. Ці засоби у семіотиці визначають як конденсовані символи, котрі покликані створювати емоційно забарвлені образи описуваних об'єктів, у процесі сприйняття яких аудиторія відкидає денотативний і занурюється у

конотативний рівень зчитування знаку. Конденсовані символи, які за своєю суттю пов'язані з інтертекстуальністю, викликають емоції в аудиторії, пов'язані з певною закладеною подією (Хіросіма, Нюрнберг, В'єтнам) [Лукаш, с. 189]. Такі слова мають назву «конотоніми» і являють собою поширені і загальновідомі «образні імена-характеристики», що в загальній побудові тексту можуть нести ідеологічно забарвлене смислове навантаження і, як наслідок, постають значущим маркером для аналізу конструювання образу України на російському телебаченні [Там само, с. 186].

Серед завдань дискурс-аналізу медіатекстів дослідники зокрема виокремлюють визначення стратегії ЗМІ та його редакційної політики, дослідження закономірностей того, як медіа висвітлює певні події чи об'єкти, виявити те, скільки уваги приділяється досліджуваному предмету в цьому ЗМІ. Також виокремлюють такий метод, як наративна семіотика, що передбачає лінгвістично-семіотичний аналіз текстів, у яких містяться наративні складові [Кондрико, с. 269]. Якщо семіотичний аналіз являє собою дослідження двох рівнів тексту — лінгвістичного і семантичного — наративна семіотика є сполучною ланкою між ними, яка створює «структуру уявлення», а наративні структури, в свою чергу, продукують осмислений дискурс [Там само, с. 270].

Отже, методологічним підґрунтям цього дослідження постає семіотичний підхід Ролана Барта і Стюарта Голла, оскільки, як уже було зазначено вище, процедура критичного дискурс-аналізу зокрема передбачає суміжний семіотичний аналіз текстової і візуальної складових повідомлення. Вище вже було викладено деякі складові семіотики, але тепер необхідно висвітлити основні концепції, навколо яких дослідники семіотики вибудовують виклад підходу, який буде використаний у даному дослідженні. В першу чергу, Ролан Барт виокремлює такі складові знаку, як означуване та означник, що являють собою образ і вираження предмету,

відповідно. Зображення аналізується на двох рівнях — буквальному, або денотативному, та символічному, або конотативному [Барт, с. 303]. Денотативне повідомлення являє собою певний вихідний, до-інтерпретаційний рівень сприйняття зображення, який, проте, не базується виключно на «антропологічній» складовій сприйняття, оскільки знання будь-якого індивіда, як частини соціуму, передбачає додаткові трактування [Там само, с. 308]. Задачею денотативного повідомлення є оприроднення символічного, тобто конотативного. Після зчитування денотативного рівня зображення, людина починає застосовувати різні типи знань, пов'язаних з повсякденними практиками, культурно-естетичними рівнями, що зумовлює дослідження іншого конотативного виміру, котрий передбачає конструювання асоціацій [Там само, с. 312-313]. Отже, формується означаючий бік ідеології — риторика як сукупність конотативних означаючих, класифікацією яких є риторика образу [Там само, с. 316]. Мовленнєве повідомлення, яким супроводжуються зображення, підсилює конотативний рівень сприйняття і має дві функції — закріплення і зв'язування. Закріплення денотативних сенсів (підпис до фото, заголовки новини), релевантне для цього дослідження, передбачає скеровування рівня сприйняття людини у конкретний напрям заздалегідь визначеного сенсу, при цьому може мати ідеологічну функцію і, таким чином, контролювати образ [Там само, с. 305].

Стюарт Голл акцентує більше на конотативному рівні, досліджуючи експресивні коди зображення та роль ідеології у ньому. Експресивні коди являють собою здатність людини ідентифікувати нелінгвістичні особливості зображення — вираз обличчя зображуваного, жести, положення тіла — які постають означаючими і в результаті зчитування становлять означуване як «експресивну конфігурацію». Зчитування цих знаків відбувається теж завдяки наявності знань у людини, котрі вона черпає із соціальних ситуацій [Hall, с. 227]. Голл виокремлює два аспекти в

процесі виявлення значення новини — новинна цінність фотографічного знаку та його ідеологічний рівень. Перший аспект стосується розробки історії, компонентами якої є фото і текст, продукування яких відштовхується від професійної редакторської ідеології і, значить, новинного дискурсу, а другий — розробки з точки зору конотативних аспектів та інтерпретацій морально-політичного дискурсу суспільства [Там само, с. 231]. Новинна цінність стосується операціоналізованих практик відбору новин, ідеологічний рівень — нашарування конотативної цінності на обрану для новини ілюстрацію [Там само, с. 234]. Ідеологічні концепти, інтегровані у фото і текст, продукують не нові знання, а впізнаваність світу, який вже є вивченим аудиторією, що призводить до побудови архетипічних повідомлень і міфологізації [Там само, с. 239]. Новинні фотографії, згідно з Голлом, транслують ідеологічні виміри, маскуючи їх при цьому під буквальну візуальну інтерпретацію дійсності, що, таким чином, підриває необхідне відокремлення фактів від інтерпретацій [Там само, с. 241].

Повертаючись до викладу згаданих вище визначень понять конотоніму і конденсованого символу, варто зазначити, що у сучасному інформаційному полі і, зокрема російському, використання таких своєрідних ідеологем, які перетворились із власних назв у явища, є поширеною практикою в процесі продукування маніпуляцій і пропагандистських наративів. Тож, виявлення цих символів у дискурсі постає значущою ланкою в ході аналізу. Отже, є реферетний символ, який зумовлює наявність фактичного об'єкту, і є конденсований символ, що продукує емоційне сприйняття. Серед конденсованих символів виділяють символи-особи, наприклад, історичні постаті з усталеним сприйняттям про їхні «символьні ознаки», яких свого роду осучаснює автор («грузинська Маргарет Тетчер»), символи-події і символи-явища [Лукаш, с. 189].

3.2. Вибірка та її аргументація

Для дослідження репрезентації образу України в російських ЗМІ на початковому етапі формулювання теми і дослідницького питання було обрано російське суспільно-політичне ток-шоу «60 минут» (укр. — «60 хвилин»), яке щодня виходить на телеканалі «Росія-1» з вересня 2016 року. Ця програма є однією з найбільш досліджуваних із точки зору продукування пропагандистських дискурсів і наративів, зокрема у конструюванні образу України. Всі випуски здебільшого присвячені певній темі, навколо якої протягом години розгортається дискусія, до якої залучені ведучі-модератори Ольга Скабєєва і Євгеній Попов, і запрошені гості, котрих позиціонують як експертів. Також важливим атрибутом цього ток-шоу є ілюзія наявності балансу думок, що проявляється у запрошенні спікерів-опонентів із відмінними від загальної маси гостей поглядами, і, зокрема, проросійських представників від української сторони, тези яких, з одного боку, підкріплюють і підтверджують наративи програми.

З огляду на те, що у фокусі дослідження постає порівняння дискурсів за 2016-2017 і 2020 роки, вибірка становить 24 програми: 12 — за кожен із місяців одного року і 12 — за кожен із місяців іншого. Домінік Вімер у викладі підходів до створення вибірки виділяє рандомізований, втім систематизований спосіб: вибір матеріалів за тижнем одного місяцю або за днем одного тижня, що, таким чином, зумовлює репрезентативність. Наприклад, можна обирати дані для вибірки наступним чином: за один із понеділків першого місяця з усього періода, обраного для дослідження, потім за вівторок — другого, за середу — третього, за четвер — четвертого і так далі [Wimmer, с. 162-163]. Згідно із запропонованою Вімером технікою було обрано вибірку для даного дослідження. Тематика випусків програми «60 минут» змінюється майже з кожним випуском в залежності від того, які гучні події відбуваються у світі, але, враховуючи російсько-українські відносини, обговорення подій в Україні становить велику частку всіх ефірів. Отже, за кожен із 12 місяців року було

підраховано кількість випусків, в назві або описі яких фігурує слова «Україна» або «український». Після цього вибір ефірів для аналізу здійснювався наступним чином: за вересень 2016 року, коли програма стартувала, було обрано перший із усіх випусків вересня, в описі чи назві яких фігурують вищезазначені слова-маркери, за жовтень — другий з усіх випусків жовтня, присвячених Україні, за листопад — третій, за грудень — четвертий і так далі до серпня 2017 року включно. За 2020 рік вибірка здійснювалась за такою самою схемою — від січня по грудень включно. Пошук ефірів за вересень 2016 — грудень 2017 року був проведений на YouTube каналі програми «60 минут», а за 2020 рік — в архівах на неофіційному сайті програми <https://60-minut.su/>.

3.3. Опис етапів дослідження з поясненням застосування методу

Дослідження ґрунтуватиметься на процедурних підходах до критичного дискурс-аналізу Нормана Фейрклафа та Володимира Кулика і на семіотичному аналізі Ролана Барта та Стюарта Голла. Отже, в першу чергу, було розроблено схему для аналізу з урахуванням інструментарію, розробленого вищезазначеними дослідниками.

Категорія аналізу	Суть категорії в межах аналізу
Переназивання («rewording»): неологізми, евфемізми	Інтерпретаційні замітники — ідеологічність
Надлишкове називання («overwording»)	Перенасичення синонімами — зосередження уваги
Евфемізми	Прихований сенс, підміна понять — менш негативне сприйняття
Експресивна лексика	Суб'єктивність, упередженість
Метафора	Конструювання ходу мислення аудиторії — ідеологічність
Граматичні конструкції	Ставлення автора до описуваних

	подій
Номіналізація — конвертація дієслова у іменник	Прихований сенс, суб'єктивність
Активні чи пасивні дієслова	Суб'єктивність та ідеологічність
Агент дії у реченні	Відсутність агента у реченні — ризик упередженості
Стверджувальне або заперечувальне речення	Заперечувальне речення може свідчити про суб'єктивне ставлення автора
Форма речення, модальність, займенники	Модальність — експресивна цінність, ідеологічність; займенники — вираження сили, авторитетності, відношення до держави
Транзитивність (підмет, присудок і додаток)	Представлення автором дії та акторів
Порядок слів у першому реченні	Розставлення акцентів і фокусу уваги
Діалогічність: переривання, спонукання до відповіді, контроль над темою	Ідеологічність і заангажованість
Інтертекстуальність (цитування, інтонація)	Зв'язування поточного дискурсу з попередніми; саморепрезентація автора
Вибір прикладів	Суб'єктивність — ідеологічність
Денотативний рівень аналізу зображення/тексту	Буквальний, доінтерпретаційний
Конотативний рівень аналізу зображення/тексту	Символічний, асоціативний
Закріплення/зв'язування тексту відносно зображення	Скеровування сприйняття людини, підсилення значення, контроль над образом — ідеологічність (закріплення)

Експресивні коди	Нелінгвістичні особливості зображення (вираз обличчя, жести) — ідеологічність
Ідеологічний рівень зображення	Нашарування конотативної цінності на візуалізацію
Конденсований символ, конотонім	Емоційно забарвлений образ об'єкта; пов'язаний з інтертекстуальністю; викликає емоції, пов'язані із закладеною подією — міфи та ідеологеми

Таким чином, ці систематизовані категорії аналізу постають підґрунтям даного дослідження, яке містить наступні етапи:

1. Перегляд обраних для аналізу випусків;
2. Виявлення в кожному випуску домінуючих дискурсів і їхніх складових — наративів, у яких представлений образ України, у зв'язці з візуальним та діалогічним рядом;
3. Систематизація дискурсів за тематикою і виокремлення наративів, притаманних кожному з цих дискурсів;
4. Послідовний аналіз дискурсів та їхніх складових крізь призму перелічених категорій;
5. Пошук закономірностей у висвітленні образу України;
6. Виявлення домінуючих дискурсів за обраний період;
7. Виклад порівняльної характеристики домінування дискурсів за 2016-17 і 2020 роки;
8. Підбиття підсумків.

3.4. Обмеження методу і вибірки

Головним обмеженням вибірки у цьому дослідженні постає неможливість чітко дотримуватись обраної техніки відбору контенту, оскільки не кожного місяця випускалась необхідна для цього способу кількість тематично релевантних ефірів. Наприклад, якщо для вибірки був

необхідний десятий випуск за червень 2017 року серед тих, у назві чи описі яких вживались відповідні слова-маркери, але у червні було випущено лише п'ять ефірів, в межах яких обговорювали події в Україні — для вибірки обирався останній з цих п'яти ефірів. Тому варто зазначити, що у вибірці міститься низка випусків, які було обрано саме таким альтернативним способом.

Стосовно обмеження методу, дискурс-аналіз і семіотичний підхід, як його складова, самі по собі є інтерпретаційними, а значить, становлять для автора дослідження ризики транслювати суб'єктивне чи упереджене ставлення у викладі аналізу.

РОЗДІЛ 4

РЕЗУЛЬТАТИ

Результати проведеного дослідження складатимуться з низки тематичних блоків, кожен із яких буде присвячений конкретному дискурсу, який транслювали учасники телевізійної програми «60 минут», і який простежувався у більшості ефірів. У цих підрозділах, в свою чергу, будуть представлені наративи, як дискурсивні практики, аналіз тверджень акторів, а також дослідження діалогічної та візуальної складових. Після цього буде викладена порівняльна характеристика дискурсів за 2016-17 і 2020 роки з урахуванням зовнішніх соціально-політичних контекстів, в межах яких вони вибудовувались, і притаманних їм наративів. Наприкінці будуть виявлені наративні закономірності, домінуючі дискурси і, як наслідок, презентований загальний висновок щодо конструювання образу України в програмі.

Перед початком викладу аналізу варто зауважити характерні зовнішні риси, притаманні ефірам та їхньому модеруванню з боку ведучих, оскільки ці зокрема поведінкові аспекти також постають значущими для відповіді на дослідницьке питання. Отже, по-перше, формат суспільно-політичного ток-шоу передбачає полемичність, яка проявляється в результаті вибору акторів — представників від Росії та представників від України в цьому випадку, що, принаймні, заявляється в титрах. Сфери діяльності учасників програми здебільшого не варіюються, адже дискусія, котра розгортається в ефірах, передбачає наявність певних галузевих знань у гуманітарних, соціальних, економічних науках: політологія, історія, юриспруденція, журналістика, соціологія. Одразу слід наголосити на тому, що в кожному з ефірів домінуючою стороною виступають представники від РФ, а їхні опоненти від України залишаються в меншості, що з перших хвилин ефірів зумовлює незбалансованість — як кількісну, так і контекстуальну. Зважаючи на гостроту і значущість тем, навколо яких

розгортається дискусія, і з урахуванням російсько-українських відносин такий розподіл сил постає сприятливим підґрунтям для придушення риторики опонентів, тобто учасників від української сторони. В цьому контексті також важливо зважати на вибір українських експертів. По-перше, сам факт поїздки до РФ чи життя там після початку війни і виступ на відверто пропагандистському каналі вже свідчать про можливість толерування цими людьми дій Російської Федерації, що може мати ризики підтримки проросійської риторики їхнього боку. По-друге, дослідження показало, що в 2016-17 роках, коли програма лише стартувала, українські спікери намагались транслювати більш радикальні твердження і опонувати агресивним закидам з боку російських, що зокрема свідчить про вибір запрошених учасників. Втім, у 2020 році риторика українських опонентів була більш м'якою, а значить, вигідною для каналу з точки зору відсутності будь-якого спростування пропагандистських наративів. Також особливо помітною були моделі поведінки і модерування ефіру з боку ведучих — Ольги Скабєєвої і Євгенія Попова, які придушували висловлювання української сторони шляхом мовленнєвих інструментів ведення діалогу, до низки яких зокрема апелює Фейрклаф: переривання, спонукання до відповідей, контроль над темою. Однак, тут ці інструменти постають маніпулятивними технологіями, оскільки набувають ідеологічного виміру з огляду на контекст. Окремо варто виділити емоційно-забарвлені інтонації і відповідну лексику ведучих, що проявлялось у двох аспектах: заграванні та іронізації. Перший був спрямований до представників від російської сторони, а другий — до української відповідно. Наприклад, ведуча часто використовує евфемізм «рука Москви/Кремля», але іронізує його при цьому, що підкріплює російський рефренний наратив «нас там нет». Здебільшого тут необхідно враховувати той фактор, що ця програма є шоу, яке передбачає такого роду інтерактивність з метою зацікавлення публіки,

втім тут ще варто враховувати і ідеологічну пропагандистську основу, котра містить в собі аспект домінування єдиної точки зору, з чого випливає загравання з нею, і нівелювання іншої, що зумовлює надлишкову іронізацію.

Отже, в ході дослідження було виявлено радянський дискурс, дискурс історичної пам'яті, дискурс ідентичності, імперський дискурс і антизахідний дискурс, в межах яких були виокремлені наративи та ідеологізовані висловлювання.

4.1. Імперський дискурс

Важливо наголосити на тому, що імперські цінності і прагнення є притаманними в цілому зовнішній політиці Російської Федерації, що зокрема зумовлено історичним підґрунтям її державотворення. Здебільшого всі виявлені наративи, можна було б обрамити цим дискурсом, оскільки загальна риторика учасників програми була спрямована на підриг української державності та суверенітету і зазіхання на територіальну цілісність. Тож, у цьому підрозділі буде викладена і низка інших дискурсів, які за своєю природою з контекстуальної точки зору підсилюють і доповнюють імперський.

Основним наративом імперського дискурсу постає наступний: Україна є неповноцінною анархічною державою, яка була створена штучно, а значить на неї чекає занепад і розпад. Далі будуть представлені висловлювання учасників дискусії з боку Росії, які зумовлюють існування і закріплення цього наративу.

Наскрізною лінією будь-якої риторики від представника РФ постає словосполучення «на Україне», яке на конотативному рівні набуває ідеологічних характеристик через використання такої граматичної конструкції, оскільки прийменник «на» можна вживати лише відносно до островів чи, наприклад, регіонів. Звідси і простежується ідеологізація — на території, яка є залежною від когось і не є суверенною. Цей сталий

мовний конструкт настільки вкорінився в російському інформаційному полі, що став вже частиною безсвідомого для більшості людей на денотативному рівні, але при цьому не менш ідеологізованим, а радше навпаки — таким, що вкорінює риторику Кремля.

«Ни в одной стране мира такого нет, это правовой беспредел», — висловлюється один з учасників дискусії щодо заборони росіянам голосувати на виборах президента РФ на території України. В цьому твердженні, по-перше, можна виокремити використання експресивної лексики і суб'єктивного судження, яке, зокрема, проявляється у побудові речення, котре є стверджувальним із використанням заперечення, а отже транслює в цьому контексті чітку позицію мовця стосовно описуваного. Знову ж таки, на конотативному рівні проявляється ідеологізація: оскільки в жодній країні цього не відбувається, це свідчить про Україну як неправову недодержаву.

Доволі поширеною характеристикою України є використання префіксу «-анти», який несе негативне експресивне забарвлення і також підкреслює наратив про відсутність державницького фундаменту та «профанів», які керують країною. Це особливо яскраво знаходить своє відображення у висловлюванні, до речі колишньої депутатки Верховної Ради від фракції «Партія регіонів» Олени Бондаренко: «Украина стремится попасть в книгу “Антигиннеса” по безумствам и бесчинствам. Это антигосударство». Тут окрім вживання двох слів з префіксом «-анти», які передбачають негативну конотацію, використовується ще й експресивна оціночна лексика, а факт того, що твердження належить колишній представниці українського уряду, свідчить про детально продуманий вибір спікерів, який в цьому випадку закріплює російський наратив нібито навіть з боку громадян України. Це зумовлює значущий аспект функціонування програми — розпалення ворожнечі і продукування пропагандистського дискурсу.

Потужною виявленою складовою побудови ідеологічно забарвлених речень постає надлишкове вживання займенників, подекуди уникнення агента дії та загалом транзитивність у структурі. Релевантним прикладом тут виступає висловлювання голови ЛДПР Росії Володимира Жириновського — одного з найбільш задіяних учасників програми з огляду на його загальну ексцентричність, радикальність поглядів та інтонаційне вміння охопити своїми виступами всю студію. Отже, він озвучив наступне висловлювання: «До чего довели Украину! Ваша власть делает сейчас все для того, чтоб состоялась другая революция. Вот увидите, через 3 года вас не будет. Вы сами погубите Украину». Аналізуючи цю тезу варто одразу зацентрувати на надмірній кількості вживання займенників «ваш», «вас», «ви», «самі», що за своєю природою, окрім зосередження уваги — риси надлишкового називання — зумовлює присутність інтертекстуальності, вираженої цими займенниками. У висловлюванні фігурує додатковий наратив про непричетність Росії до внутрішньополітичних процесів всередині України, а вся провина за дестабілізаційний стан покладається виключно на українців. Окрім того, в першому реченні відсутній агент дії, що можна проінтерпретувати, зокрема, як приховування істинного смислу, адже на денотативному рівні видається незрозумілим, хто ж «довів Україну».

Іншою часто повторюваною тезою є апелювання до ілюзорної демократії, яка насправді відсутня в Україні, що перетворює її на «страну диктаторского фашистского режима». Втім, аналіз останнього твердження буде проведений пізніше, адже тут проявляється дещо інакший дискурс. «Украинская демократия заключается в следующем: у тебя нет права выбора и никакой демократии в силу того, что тебе угрожают за твою точку зрения», — говорить колишня депутатка Олена Бондаренко від імені нібито всіх українців. Це речення є стверджувальним, що на конотативному рівні підкреслює суб'єктивність мовця, а його

перенасичення заперечувальними словами «нет» та «никакой» та займенниками «тебе» та «твою», які стоять майже поруч один із одним, розставляє необхідні для авторки смислові акценти. При цьому, оскільки це твердження розглядається в межах загальної проросійської риторики, вираз «українська демократія» тут можна проінтерпретувати як евфемізм чи переназивання, оскільки на конотативному рівні це словосполучення являє собою апелювання до інших часто вживаних пропагандистських визначень українського режиму як «бандитського» чи «фашистського».

Імперський дискурс також яскраво проявляється у твердженні вже згаданого вище Володимира Жириновського: «Если бы Украина была настоящим государством с тысячелетней историей, то никакого беспредела там не было бы. У страны нет опыта». В першу чергу, варто наголосити на граматичній конструкції першого речення, в основі якої лежить умовний спосіб, котрий на конотативному рівні його сприйняття зумовлює ідеологізацію, оскільки по-перше, ставить під сумнів існування держави України як окремої одиниці з історичної перспективи, по-друге, апелює до того, що єдиною умовою стабільного і благополучного функціонування справжньої держави є її «тисячолітня історія». Крім того, у твердженні використовується переназивання та інтертекстуальність: перший аспект можна проінтерпретувати таким чином, що під висловлюванням «настоящее государство с тысячелетней историей» мається на увазі Російська Федерація, як умовний взірець ведення державної політики, що і є інтертекстуальністю.

Окремою значущою лінією імперського наративу є апелювання до великої кількості росіян і «русского начала» на території України, що теж постає однією з причин неможливості її існування як повноцінної суверенної держави поза відносинами з Росією. «Если вырвать все русское из Украины, там ничего не останется. Никакое нормальное государство не двинется в сторону от России. Значит, Украина ненормальное государство.

Лучше крах, конвульсия, агрессия, чем крах русского начала в украинской политике» — у цьому яскраво ідеологізованому висловлюванні можна виокремити такі маркери, як стверджувальний тип речення і використання надлишкового називання словами з коренем «рус/рос» та антонімічними словами «нормальный — ненормальный», що свідчить на конотативному рівні про суб'єктивність та заангажованість автора повідомлення. Крім того, в першому реченні відсутній агент дії, а в останньому використана експресивна лексика та метафоричність — атрибути ідеологічної складової повідомлення.

Важливим для всього інформаційного простору терміном, який мав великий попит у 2014 році був «вежливые люди». Він застосовувався спочатку російськими, а потім і українськими засобами масової інформації і репрезентував російських спецслужбовців, які брали участь у захопленні Криму. В межах одного з ефірів під час дискусії з українськими представниками один зі спікерів з російського боку озвучив наступне висловлювання у вигляді ультиматуму: «Если в 2017 году не наступит мир на Донбассе, то в 2018 к вам придут вежливые Деды Морозы поздравить с Новым годом». У першу чергу, це твердження варто проаналізувати з перспективи маркеру граматичної конструкції, оскільки тут представлений причинно-наслідковий зв'язок, а тип речення сам по собі є стверджувальним, що зумовлює наявність чітко артикульованої позиції мовця. По-друге, ідеологічний бік цього висловлювання проявляється у декількох аспектах. Спочатку варто розглянути словосполучення «вежливые Деды Морозы» — воно несе в собі подвійний евфемізм та являє собою своєрідний конденсований символ-особу. Подвійний евфемізм проявляється таким чином, що першоджерелом, до якого символічно апелює мовець, є вищезгаданий термін «вежливые люди», котрий є евфемізмом до акту збройного захоплення території силовиками, а словосполучення, вжите в цьому твердженні, є другим рівнем евфемізму,

накладеним на евфемізм «вежливые люди», який з конотативної перспективи аналізу висловлювання означає те ж саме, що і першоджерело, а це зумовлює інтертекстуальність — Росія як рятівна сила.

4.1.1. Радянський дискурс і дискурс історичної пам'яті

Логічним продовженням імперського дискурсу постають радянський дискурс і дискурс історичної пам'яті, котрі по суті є дотичними один до одного. Здебільшого вони проявляються в риториці спікерів програми у наступному загальному наративі: Україна — фашистська держава, яка зневажає нашу спільну історію, що є неприпустимим з огляду на перемогу СРСР у Великій Вітчизняній війні. Маркерами цього наративу, котрі наскрізною лінією проходять через всю риторику російської пропаганди, є слова «фашисти», «нацисти», «бандерівці», які контекстуально не відмежовуються один від одного і подекуди вживаються в одному реченні послідовно як уособлення української влади.

Лейтмотивом більшості ефірів програми, які були у фокусі дослідження, виступає така теза: «Украина — страна беззакония. Киев постоянно выдумывает невероятные и невозможные списки запретов». Це висловлювання прозвучало в одному з ефірів, однак, постійно зустрічається у загальній риториці у видозмінених станах. По-перше, тут фігурує збірний образ — Київ, яким перманентно оперують представники російських ЗМІ. На конотативному рівні «Київ» є прикладом переназивання, інтерпретаційного замітника, що за своєю суттю має виключно ідеологізовану основу. За рахунок вживання будь-яких словосполучень, в яких фігурує це слово, контекст всього речення може трансформуватись і набути цієї ідеологізації, адже таким чином, автор повідомлення відмежовує Київ і протиставляє його всій Україні, підкреслюючи тим саме поляризацію суспільства, що ділиться на фашистів/нацистів/радикалів у Києві, які керують країною, та звичайних

громадян, які намагаються виживати з останніх сил за таких нелюдських умов для існування. Потужний мовний конструкт активно використовується і так само, як і словосполучення «на Україне», вкорінюється у світосприйняття аудиторії та вибудовує дискурс.

Тепер варто перелічити низку синонімічних висловлювань і трактувань, якими оперували учасники дискусій з боку Росії впродовж майже всіх досліджуваних ефірів: «бандитское государство», «нацистские боевики», «оголтело радикально-бандеровская сила», «фашистский режим». Ці слова-маркери складають основу радянського дискурсу, оскільки він накладає на них радикально негативну конотацію за рахунок апелювання до злочинів Другої світової війни та ідеологій, відповідальних за її розв'язання. Звідси вибудовується асоціативний ряд і ці слова-маркери стають конденсованими символами, пов'язаними напряму з інтертекстуальністю та вже сталими ідеологемами Росії. Це постає підґрунтям для просування відносно нового російського маніпулятивного наративу, що з'явився з 2015 року, який пов'язаний з трансформацією в Україні ідеологізованої назви свята «День Победы» в іншу — День перемоги над нацизмом у Другій світовій війні. Твердження, яке рефреном транслюється у багатьох ефірах програми, є наступним — «У вас нацизм, а вы будете праздновать День победы над нацизмом» — що повертає до вживання маркерованих російських ідеологем та інтерпретує український політичний режим, як нацистський.

Спільна історична спадщина і нехтування нею з боку України — інша значуща ланка у побудові цього дискурсу. В межах нього широко обговорюється декомунізація, переосмислення історії, самоідентифікація українців та України як суверенної держави. Однак, з огляду на потужність міфологізації історії в інформаційному і загальному соціокультурному полі Російської Федерації, яка перманентно і на всіх рівнях поширює міфи про Росію як державу-визволителя, зводить весь Радянський Союз виключно

до Росії і возвеличує Победу у Другій світовій війні, подекуди приписуючи її лише Росії — активне вираження альтернативної позиції зазнає спротиву і осуду.

Апелюючи до російсько-української війни, учасники дискусії розвивають попередньо окреслену лінію наративу і при цьому ставлять під сумнів військову спроможність України: «Как известно из истории ОУН и УПА, воевать они никогда не умели и всегда занимались только террором. Больше они ничего и никогда не умели». У даному висловлюванні автор повідомлення знову звертається до націоналістичних організацій України часів Другої світової війни, прирівнюючи ЗСУ до них, що зумовлює інтертекстуальність твердження. Також у ньому вживається експресивна лексика, а агент дії — відсутній, що з перспективи обох аспектів створює ідеологізований та упереджений виміри висловлювання. Таким чином, конотативний рівень тут проявляється у продукуванні асоціативного ряду, котрий зв'язує ОУН та УПА з діями українського влади сьогодні, і зумовлює вкорінення негативного оціночного судження.

З іншого боку риторики проявляється згаданий вище міфологізований символ Росії-визволителя, якій має завдячувати весь світ і Україна та Польща, зокрема. На Польщі було зацентровано окремо, оскільки у багатьох ефірах окрім представників з боку України були присутні експерти з Польщі, які разом у студію створювали опозицію. Зважаючи на європоцентричність обох держав та їхнє неприйняття російської політики та пропагандистських наративів, обидві країни являли собою об'єкти, на які трансливались агресивні висловлювання в студії: «Русские солдаты подарили Западную Украину Киеву. Мы — русские солдаты забрали ее у поляков». У твердженні одразу помічається окремий наголос на займенник «мы», який семантично можна проінтерпретувати як вираження сили та авторитету, що у зв'язці з уточненням «русские» повертає до вищезгаданої тези про ілюзорну еквівалентність СРСР і Росії,

яку стверджує російська пропаганда, нівелюючи таким чином всі національні ідентичності, котрі були в складі Союзу. «Русские солдаты» на конотативному рівні сприйняття цього висловлювання — це рятівна сила, яка може і захоплювати, і роздавати території, що, в свою чергу, одна із значущих характеристик імперської ідеології та імперського дискурсу, зокрема. Останній вимір аналізу тези стосується загального ідеологізованого посилу, який на асоціативному рівні проявляється у спонуканні до культивування почуття вдячності до «русских солдат» і цінуванні Росії та міждержавних відносин із нею. І, повертаючись до маркерів імперської ідеології, серед якої є ідентифікація України як «недодержави», варто зазначити, що в межах декількох ефірів Україну не лише позиціонували, як штучно сконструйовану, а й як «сьогоднішню республіку Україну», що навіть без додаткових нашарувань аналізу продукує репрезентацію її образу як несuverенної частини, залежної і зобов'язаної Російській Федерації.

Намагання нав'язати почуття вдячності до СРСР та Росії і постійне підкреслення її військової могутності та непереможності проявляються і у двох інших висловлюваннях, які, зокрема, стосуються переосмислення історичної пам'яті та політики декомунізації: «Мой дед спасал вас поляков от нацистов, вам нужно перед нами преклоняться»; «Если пересмотреть Нюрнбергский трибунал, то Польша должна будет вернуть $\frac{2}{3}$ Восточной Пруссии советской власти». Якщо проаналізувати лінгвістичні і семантичні властивості першого і сфокусуватись на тих маркерах, які ще не було викладено, то слід виділити не менш значущу російську ідеологему, котру можна умовно узагальнити так — «Дед и его Победа». Вона є також важливою для цього аналізу, оскільки, крім, знову ж таки, нав'язування почуття вдячності і вираження поваги, ця ідеологема апелює до емоцій, які викликають у людини старші люди, адже здебільшого ментально це вибудовує асоціативний ряд, що накладається на власний

досвід, історії і персональні переживання та зумовлює сприятливе підґрунтя для нашарування додаткових ідеологічних конотацій. Цю ідеологему можна також визначити, як конденсований символ-особу, що є локальним, втім потужним з точки зору потенційних маніпуляцій на цьому ґрунті. Щодо другого твердження, тут знову на конотативному рівні простежується відгалуження основного наративу радянського дискурсу про, яке стосується позиціонування СРСР та Росії, як його наступницю, і затвердження уявлення про останню як державу, що володіє потужною військовою силою, яка за бажання дозволить їй «повернути історичні території» до свого складу.

4.1.2. Дискурс ідентичності

Дискурс ідентичності у цьому дослідженні здебільшого стосується мовного питання, навколо якого розогталася більшість дискусій в ефірах, оскільки воно є дотичним до кожного з вищеперерахованих основних дискурсів, присутніх в програмі: імперського — з точки зору засилля російської мови на території України та апелювання до її величі, радянського — з позиції домінування російської мови за часів СРСР і нівелювання цінності української за рахунок цього, історичної пам'яті — з точки зору історичної неподільності українського і російського народів, а, таким чином, і єдиної у вжитку російської мови. Загальний наратив, який можна віднести до дискурсу ідентичності можна сформулювати наступним чином: Російською мовою спілкується більша частина України, а київська влада прагне позбавити її цього фундаментального права.

Важливими маркерами наративу, притаманного цьому дискурсу, є знецінення української мови шляхом вживання відповідних слів і словосполучень відносно неї — «селюки» і «хуторянская языковая политика» — що, по-перше, є мовою ненависті, по-друге, є експресивним переназиванням і, як наслідок, проявом імперської ідеології, який можна визначити як придушення національної ідентичності.

Наступною лінією риторики в межах дискурсу ідентичності є перманентні апелювання до класичної російської літератури, кінематографу і театру як єдиних продуктів культури, які слід визначати і які слід споживати задля того, аби бути цивілізованим і грамотним: «Киев хочет читать на русском языке — люди стремятся к цивилизации. Вы же хотите быть тупыми селюками. Мы вас лишаем Булгакова, Достоевского!». Варто зауважити, що в цьому висловлюванні автор звертався до представників від української сторони в студії, а значить слово «вы» вживалось по відношенню до учасників дискусії як опонентів ідеології «Русского мира», а «мы» — до росіян, які нібито позбавляють українців найбільш визначного формотворчого здобутку світової культури — російської літератури. Знову ж таки, відповідним маркером, що підтверджує конотативний зміст цього повідомлення, є апелювання до цивілізованості, єдиною передумовою якої є, на думку спікера, російська мова. Інакше — українці залишаються «тупими селюками». Тут також яскраво проявляється використання займенників множини, котрі, як елементи граматичної конструкції речення, ґрунтуються на ідеології влади, авторитету і визнання з боку Росії, і апелюють до неграмотної маси в контексті України. Також за рахунок вживання протиставних займенників вибудовується поляризація поглядів, що також є аспектом ідеологічного смислового навантаження, яке підсилюється завдяки експресивній упередженій лексиці, що містить емоційно-оціночні судження.

Звідси варто виділити і ще одне висловлювання, яке крім дискурсу ідентичності вплітається в дискурс викривлення історичної пам'яті. У твердженні мовець апелює до часів Радянського Союзу, прирівнюючи до нього Росію, і наголошує на тому, що українці завжди обирали російську: «Украинцы всегда отдавали предпочтением русскому — когда выбирали, в какую школу пойти, какую газету почитать, в какой театр сходить. Сегодня дети, которые не знают русского языка, будут ограничены в своих

возможностях». Якщо вдатись до аналізу цього твердження, то, в першу чергу, можна наголосити на його стверджувальному типі, використанні експресивної лексики і вибір прикладу з мовною політикою Радянського Союзу, якому надав перевагу автор задля аргументації своєї точки зору, що в цілому зумовлює продукування вкрай ідеологічно забарвленого пропагандистського твердження, яке також нівелює цінність української мови та культури, а отже і української національної ідентичності.

І перед тим, як перейти до останнього тематичного кола антизахідного російського дискурсу, сполучною ланкою стане це висловлювання, озвучене одним із учасників дискусії: «На 90 процентов Украина — страна русская. Если русский будет государственный язык, украинский исчезнет. У них есть иллюзия того, что они называют себя украинцами и европейцами». Цілковито ідеологізоване повідомлення, яке містить експресивну лексику, оціночні судження і є стверджувальним, що повністю транслює усталену позицію мовця стосовно української національної ідентичності. Цим твердженням можна резюмувати всі вище викладені особливості дискурсів, оскільки воно вбирає всі окреслені наративи: Україна є недодержавою, яка ніколи не мала і не має власної ідентичності, втім, яка ще й досі тішить себе оманною про приналежність до Європи чи якоїсь чітко визначеної нації.

4.2. Антизахідний дискурс

Останній тип дискурсу є таким саме всеохопним за масштабами впливу і реалізації, як і імперський, оскільки, має довготривалу перспективу історичних передумов його становлення, і сьогодні транслюється на всіх можливих вимірах, досягаючи апогею у конструюванні збірного демонізованого образу США як найголовнішого та найнебезпечнішого ворога, сфери дій якого можуть торкатись будь-якого сектору, дотичного до РФ — від життя пересічного росіянина до повноцінного військового вторгнення. Однак, цей дискурс

розповсюджуються не лише на Америку, а й на Західну Європу, яка проєктує власні ліберальні цінності на Україну, що постає для неї згубним впливом.

Оскільки у фокусі дослідження постає репрезентація образу України, то варто виокремити наратив, що найбільш вбирає в себе всю риторику російських засобів масової інформації і представників державного апарату РФ, яка стосується інтерпретації відносин України з Америкою та країнами Західної Європи: Україна не є суверенною не через «руку Кремля», а через західних кураторів, які впливають на неї ззовні і зсередини через представництва власних спецслужб.

Отже, тут буде виділено два тематичні блоки: Україна і Європа та Україна і Америка. Таким чином, одним зі складових першого є риторика Росії про те, що Європа, куди так прагне Україна, не потребує цієї інтеграції, вираження чому можна простежити у цьому формулюванні: «Даже Европа говорит — что вы творите? Мы это не заказывали. Вы сошли с ума». Тут ключовими для аналізу є надмірне використання дієслів, вживання коротких змістовних речень та експресивна лексика, що транслює суб'єктивне ставлення автора і прагнення транслювати конкретний посил. Слово «даже», використане на початку речення, також визначає хід подальшого викладу думки і є одним із важливих критеріїв аналізу, адже автор сам визначає порядок слів у першому реченні, що дозволяє йому, таким чином, розставити власні акценти і спрямувати фокус уваги аудиторії за відповідним вектором. Крім того, у другому реченні використання слова «заказывали» також визначає цей вектор сприйняття і осмислення, адже саме по собі на конотативному рівні передбачає нібито виконання установок і вимог, які висуває ЄС Україні.

В межах одного з досліджуваних ефірів ведуча озвучує підводку, котру також можна проаналізувати з перспективи критерію вибору порядку слів у реченні, його граматичної конструкції, а також метафоризації —

«Главное, по пути в ЕС и НАТО не застрять на евроатлантическом автобане». Якщо тут зосередитись саме на критерії метафоричності, то можна виділити також вживання евфемізму, або переназивання, який проявляється у завершенні твердження — «не застрять на евроатлантическом автобане» — що можна проінтерпретувати з двох сторін. По-перше, що Україні до ЄС і НАТО дуже далеко і інтеграція в цілому не є можливою, по-друге, що охочих і без України занадто багато в особі конкретної низки країн, які перебувають на середині шляху до цієї інтеграції вже не один рік.

Риторика, в межах якої розгортається виклад відносин України і Америки, може бути зведена до декількох формулювань, які також були наскрізними у більшості ефірів, оскільки кожен із тих, що був присвячений подіям в Україні, передбачав наявність американського впливу на їхній перебіг. «Украинские спецслужбы инструктируют американские специалисты, потому что ЦРУ давно работают на Украине, и поэтому имеют прямое отношение к тому, что происходит на Донбассе», — заявив російський політолог в одному з ефірів. Окрім того, що з ідеологічної точки зору автор покладає відповідальність за розв'язання війни на Україну та Америку, тут варто проаналізувати використання емоційно-забарвленого дієслова «инструктируют», яке з семантичної перспективи передбачає наявність ментора, з одного боку, і наявність умовного підлеглого — з іншого, а фраза, якою завершується твердження, «что происходит на Донбассе» — слід трактувати як підміну понять і, таким чином, викривлення смислу. Схожі формулювання можна виділити і в іншому твердженні: «Украиной управляют олигархи, а олигархами — Америка». Тут, по-перше, використовується своєрідний математичний спосіб транзитивності (якщо А дорівнює В, а В дорівнює С, то А дорівнює С), який на конотативному рівні означає одне — Україною керують з Америки.

4.3. Візуальний ряд для підсилення дискурсу

Здебільшого у досліджуваних випусках домінував саме аудіальний, а не візуальний ряд, однак, враховуючи мультимодальну характеристику критичного дискурс-аналізу, на яку слід зважати під час проведення дослідження, варто виділити низку фонових статичних зображень та відеоматеріалів по відношенню до яких текст виконував ідеологічну функцію закріплення.

По-перше, з маніпулятивною метою використовувалася візуалізація статистики і даних, головним наративним вектором якої було наочне підтвердження тези про те, як змінилось життя України та українців в гірший бік після Майдану — погіршення стану економіки, торгівлі, рівня життя, зниження мінімальної заробітної плати і збільшення доходів президента Порошенка. Кожна з цих візуалізацій гармонійно доповнювала домінуючі дискурси і поставала впливовим допоміжним інструментом пропаганди.

По-друге, антизахідний дискурс яскраво підкріплювався візуальним доповненням — використовувались кадри приїзда Байдена в Україну, параду до Дня Незалежності, коли до України приїхали військові з багатьох країн світу, відеоролики з Маршів рівності в США та Європі, які ведучі іронізуючи позиціонували, як «пропаганду ліберальних цінностей». Увесь перелічений спектр візуалізації був репрезентований виключно з ідеологічною метою представлення доказів тому, наскільки «тісними» є відносини України з державами Заходу.

Останнім, але значущим був візуальний ряд, який допомагав конструювати репрезентацію образу України відповідно до подій всередині держави: радянський дискурс і дискурс історичної пам'яті був доповнений кадрами з мітингів, які очолювали радикальні націоналістичні угруповання, котрі у зв'язці зі складовою текстових полемічних наративів створювали хибне уявлення про образ України в очах аудиторії програми

«60 минут», імперський дискурс, в свою чергу, супроводжувався відеорядом обстрілів, котрі ведучі позиціонували, як виключно збройну агресію з боку ЗСУ. Тож, можна дійти висновків, що незважаючи на те, що візуальний ряд цього ток-шоу не є домінуючим, його ризики для впливу на сприйняття постають саме у його неяви, а отже — небезпеці потрапити під вплив пропагандистського дискурсу.

РОЗДІЛ 5

ВИСНОВКИ

Отже, проведене дослідження мало на меті виявити характерні домінуючі дискурси і наративи, як їхні складові, котрі конструюють образ України в російському телевізійному суспільно-політичному ток-шоу «60 минут». Основними дискурсами, в межах яких розвивались дискусії, були наступні: імперський дискурс, радянський дискурс і дискурс історичної пам'яті, дискурс ідентичності і антизахідний дискурс. Кожен із них містив російські наративи, формулювання яких зумовило відповідь на дослідницьке питання:

1. Україна як неповноцінна анархічна держава, яка була створена штучно, що зумовлює її занепад і розпад — імперський дискурс.
2. Україна — це фашистська держава, яка зневажає нашу спільну історію, що є неприпустимим з огляду на перемогу СРСР у Великій Вітчизняній війні — радянський дискурс і дискурс історичної пам'яті.
3. Російською мовою спілкується більша частина України, а київська влада прагне позбавити її цього фундаментального права — дискурс ідентичності.
4. Україна не є суверенною не через «руку Кремля», а через західних кураторів, які впливають на неї ззовні і зсередини через представництва власних спецслужб — антизахідний дискурс.

З огляду на вибір періоду для дослідження — 2016-17 і 2020 роки — можна виявити закономірності у послідовному домінуванні кожного з цих дискурсів. З вересня 2016, коли телевізійна програма «60 минут» запустилась, по вересень 2017 превалював спочатку радянський дискурс, що було зумовлено частими мітингами в Києві, пізніше дискусії в студії

розгортались в межах антизахідного дискурсу, коли обговорювався парад на День незалежності України, у 2020 році активно велось обговорення в межах дискурсу історичної пам'яті після виступу президента Зеленського у Польщі, а влітку 2020 — проявився знову антизахідний і радянський, що спричинив місяць прайдів і підняття прапору ЛГБТК+ спільноти над «Батьківщиною-маті».

Можна дійти висновку, що російські пропагандистські дискурси є доволі сталими і розгортаються вони в студіях телевізійних програм циклічно в залежності від того, в який з цих п'яти вписується контекст обговорюваної події.

Безумовно, дослідження теми російської пропаганди є затребуваною як в академічній, так і в медійній площині, оскільки ця тема залишається актуальною і значущою для українського медіапростору, а виявлення інструментів і методів, які використовують пропагандисти, постає вагомим внеском у розбудову здорового медіа середовища, яке дедалі більше стає здатним протистояти гібридним впливам Кремля. Дане дослідження передбачало виявлення дискурсивних і наративних закономірностей, в межах яких обговорюється український контекст. Результатом цього стало формулювання п'яти основних пропагандистських дискурсів і їхніх складових наративів, що дозволило ще глибше дослідити російську ідеологію та способи маніпулювання свідомістю аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акінчиць Н.Г. Політичний дискурс як об'єкт наукового аналізу / Н.Г. Акінчиць // Культура народів Причорномор'я. — 2007. — № 107. — С. 72-76
2. Барт Р. Избранные работы : семиотика, поэтика : пер. с фр. / Ролан Барт. - Москва: Прогресс. - 1994. - 615 с.
3. Боднарчук О.В. Відображення у дискурсі змі пропагандистських кампаній / О. В. Боднарчук // Грані. - 2013. - № 12. - С. 49-53.
4. Бушанський В. Російська імперська ідеологія і міфотворення / Валентин Бушанський. // Наукові записки Ін-т політ. і етнонац. дослідж. ім. І. Ф. Кураса. – 2019. – №4 (78). – С. 296–306.
5. Галас А. Мультиmodalний дискурс пропаганди крізь призму епістемічної моделі оцінки / Анна Галас. // Мова і суспільство. – 2017. – №8. – С. 56–68.
6. Йоргенсен Л., Марианне В. Дискурс-анализ : теория и метод / Марианне В. Йоргенсен, Луиза Дж. Филлипс. - Харьков : Гуманитарный Центр. - 2004. - 334 с.
7. Катеринчук П. Російська пропаганда як інструмент зовнішньополітичної стратегії щодо України / Павло Катеринчук. // Історико-політичні проблеми сучасного світу: Збірник наукових статей. – Чернівці: Чернівецький національний університет. - 2016. – Т. 33-34. – С. 222-229
8. Кирилюк О. В. Мова передвоєнного дискурсу: лінгвістичні засоби створення ворожих образів і символів (на прикладі російсько-української інформаційної війни) / О. В. Кирилюк. //

- Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія... – 2019. – №43. – С. 71–74.
9. Кириченко В. Аспекти критеріїв науковості / В. О. Кириченко. // Наукові записки НаУКМА. – 2009. – Том 5. Політичні науки. – С. 18–23.
 10. Кондрико А. А. Наративна семіотика в системі методів дослідження медіатексту/дискурсу / А. А. Кондрико // Наукові записки Інституту журналістики. - 2014. - Т. 54. - С. 268-271.
 11. Кривенко С.О. Семантична парадоксальність політичного (теоретико-методологічний аналіз) / С.О. Кривенко // Львівський національний університет імені Івана Франка. - 2016. - 216 с.
 12. Кулик В. Дискурс українських медій : ідентичності, ідеології, владні стосунки : [монографія] / Володимир Кулик. - Київ : Критика. - 2010. - 655 с.
 13. Лукаш Г. П. Семіотика конотонімів: знак і символ / Г. П. Лукаш // Лінгвістика. - 2013. - № 2. - С. 186-193.
 14. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. – М.: ИТДГК «Гнозис». - 2003. – 280 с.
 15. Матисон Д. Медиа дискурс : анализ медиа-текстов, исследования медиа и культуры / Дональд Матисон. - Харьков : Гуманитарный центр. - 2017. - 262 с.
 16. Романюк С. Мова пропаганди у спектрі сучасної лінгвістики [Електронний ресурс] / Світлана Романюк // Варшавський університет. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://www.academia.edu/44802412/Мова_пропаганди_у_спектрі_сучасної_лінгвістики.
 17. Селіванова О.О. Актуальні проблеми сучасної лінгвістики / О. О. Селіванова. – К.: Фітоцентр, 1999. – 148 с.

18. Семигіна Т. В. Використання дискурс-аналізу в дослідженнях із соціальної роботи / Т. В. Семигіна // Наукові записки. Том 19, Спеціальний випуск : у двох частинах. Частина 2/ Національний університет «Києво-Могилянська академія». – 2001. – Том 19. – С. 322 – 325.
19. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність / К. Серажим; за ред. В.Різуна. – К., 2002. – 392 с.
20. Смола Л. Особливості російського пропагандистського дискурсу (на прикладі українсько-російського конфлікту на Сході України) / Лідія Смола. // Вісник Книжкової палати. – 2015. – №10. – С. 43–45.
21. Фуко М. Порядок дискурсу // Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет / Пер. с фр. С. Табачниковой. – М.: Касталь, 1996. – 120 с.
22. Швидка В. Лексичні новотвори як відбиття українсько-російської збройної конфронтації / В. Швидка // Теоретичні й прикладні проблеми сучасної філології. - 2016. - Вип. 3. - С. 88-97.
23. Шевченко О. Особливості пропагандистського дискурсу в період переходу до неототалітарних політичних практик / Олексій Шевченко. // Наукові записки Ін-т політ. і етнонац. дослідж. ім. І. Ф. Кураса.. – 2019. – №6. – С. 248–258.
24. Юськів Б. М. Роль медіа-пропаганди в умовах «гібридної війни» / Б. М. Юськів, С. В. Хомич. // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2017. – №132. – С. 27–43.
25. Carpentier N., Servaes J., Lie R. Community Media: Muting the Democratic Media Discourse. // Continuum. - 2003. – Vol. 17. – No 1. – P. 51-68.

- 26.Cappella J.N. Spiral of cynicism : the press and the public good / Joseph N. Cappella, Kathleen Hall Jamieson. - New York : Oxford University Press. - 1997. - 325 p.
- 27.Cheek J. At the margins? Discourse analysis and qualitative research // Qualitative Health Research, 2004. – Vol. 14. – No 8. – P. 1140-1148.
- 28.Creswell J. W. Designing and conducting mixed methods research / John W. Creswell, Vicki L. Plano Clark. - Thousand Oaks, Calif. : SAGE Publications. - 2007. - 275 p.
- 29.De Vreese C.H. News framing: Theory and typology / De Vreese C.H. // Information design journal. – 2005. – Vol.132. – P. 51–62.
- 30.Edwards D. Discourse and cognition. London: SAGE., 1997. – P. 324.
- 31.Fairclough N. Language and power / Fairclough Norman London: Pearson Education. - 2000. - 226 p.
- 32.Fowler R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. – L.; N.Y.: Routledge, 1991. – 212 p.
- 33.Greimas A. On Meaning. Selected Writings in Semiotic Theory / A. Greimas. — London : Frances Pin. - 1987. - 237 p.
- 34.Hartley J. Understanding News. – L.: Routledge. - 1995. – 140 p.
- 35.Krippendorff K. Information theory : Content analysis: An introduction to its methodology /Krippendorff Klaus // Sage Publications, London ; New Delhi : 1986. - 96 p.
- 36.Patrona M. Mediated conversation and political propaganda: A discourse analysis of news practices on Greek prime-time news / M. Patrona. // European Journal of Communication. – 2018. – Vol. 33. – No.2. – P.185-199.

37. Postic I. Hate Speech and Propaganda in Russian-Ukrainian Conflict : Philosophy MA : A066841 / Postic Irena – Vienna, 2018. – 278 p.
38. Seyedali J. Propaganda techniques: a discourse analysis of resalat and etemad-e melli editorials : diss. PhD of philosophy: АНА090043 / Seyedali Javadi – Kuala Lumpur, 2017. – 475 p.
39. Synowiec A. Using of propaganda and persuasive statements in Polish political discourse / Aleksandra Synowiec // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки. — Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. — № 883. — P. 133–138.
40. Triyono S. Is There A Correlation Between Propaganda and Radical Actions?: A Critical Discourse Analysis / Sulis Triyono. // Advances in Social Science, Education and Humanities Research. – 2018. – Vol. 166. – P. 129–135.
41. Valkenburg H. A, Semetko P. M. Framing European politics: A content analysis of press and television news / H. A. Valkenburg, P. M. Semetko. // Journal of communication. – 2000. – Vol.50. – P. 93–109.
42. Van Dijk T. Ideology and discourse analysis / Teun Van Dijk. // Journal of Political Ideologies. – 2006. – Vol.11. – 140 p.
43. Vamanu I. Fake News and Propaganda: A Critical Discourse Research Perspective / Iulian Vamanu. // Open Information Science. – 2019. – №3. – P. 197–208.
44. Hall S. The determinations of news photographs. The manufacture of news : social problems, deviance and the mass media / S. Hall. // London : Constable : Beverly Hills, Calif. : Sage Publications. – 1981. – P. 226–243.
45. Wanda P. Critical discourse analysis of propaganda created by mirror.co.uk and thedailystar.net for concerning islamophobia / P. Wanda,

H. Hamzah, L. Marlina. // E-Journal of English Language and Literature.
– 2020. – Vol. 9. – No.1 – P. 108–118.

46. Wimmer R., J. Dominick Mass Media Research: an Introduction / R. Wimmer, J. Dominick. Boston, Mass. : Wadsworth, Cengage Learning - 2014. – 481 p.

ДОДАТКИ

Перелік випусків телевізійної програми «60 минут», обраних для аналізу

Посилання	Дата	Опис/заголовок
https://www.youtube.com/watch?v=wJruvLuy9dc&feature=share	13.09.2016	Украина запретила россиянам голосовать на российских выборах. Эпидемия запретов в стране ожившего средневековья. Почему артист Зеленский сравнил свою родину с порноактрисой?
https://www.youtube.com/watch?v=v9a-iSwfgTc	17.10.2016	После убийства Моторолы на Донбассе резкое обострение. Арсений Павлов был взорван в собственном лифте. Кадры с места происшествия такие, что показать их по этическим соображениям невозможно. Между тем встреча нормандской четверки была запланирована на 19 октября.
https://www.youtube.com/watch?v=_dxkRLmF40o	21.11.2016	Радикалы снова вышли на киевские улицы - спустя три года после Майдана. В центре украинской столицы в связи с этим введен высший уровень террористической угрозы. Дважды к нации обратился президент Порошенко и попросил еще подождать.
https://www.youtube.com/watch?v=DrdGwLw3zDQ	19.12.2016	В Иркутске введен режим чрезвычайной ситуации: там около 50 человек отравились настойкой боярышника. В США

		сегодня коллегия выборщиков назовет имя нового президента.
https://www.youtube.com/watch?v=NkWf3quu2vA	31.01.2017	Новая ложь Порошенко: зачем президенту Украины прерывать визит в Берлин?
https://www.youtube.com/watch?v=tyiJMzvw8v0	08.02.2017	Потеря легендарного комбата: кто за этим стоит?
https://www.youtube.com/watch?v=Ff8PGDNmn08	14.03.2017	ПОРОШЕНКО ПРОТИВ НАЦИОНАЛИСТОВ: разогнанные "блокувальники" собирают Майдан
https://www.youtube.com/watch?v=ftiYNsYeHi4	28.04.2017	Евровидение" без евроценностей
https://www.youtube.com/watch?v=luwtc9eLOIg	31.05.2017	Порошенко обвинил Москву в похищении княжны Анны.
https://www.youtube.com/watch?v=zDJItH9BNg	27.06.2017	"От Украины не останется и костей!": Тимошенко предсказала распад Незалежной.
https://www.youtube.com/watch?v=OE4S41xgA78	27.07.2017	ЖЕНСКИЙ БАТАЛЬОН САВЧЕНКО: против кого воюет скандальный нардеп?
https://www.youtube.com/watch?v=GUdTHCTzGAw	24.08.2017	Глава Пентагона привез подарок Украине на День независимости.
https://www.youtube.com/watch?v=_Va3_OPltcQ	28.01.2020	Очередная мировая сенсация - Россию снова пытаются выгнать из ПАСЕ. Вчера это пытались сделать грузины, а сегодня подключились уже литовцы. Для принятия

		<p>решения быстрые прибалты отвели нам сутки и если по истечении 24 часов российская делегация не покинет ПАСЕ, то... а дальше литовцы пока ничего не придумали. А вот украинцы не забывают наизусть заученных методичек и продолжают задавать главе нашей делегации вопросы "Чей Крым?". Кстати, серьезный вопрос о репарациях. Чего только не придумают соседи-украинцы чтобы не работать. Вот например один из главных бандеровцев и антисемитов Олег Тягнибок вдруг внезапно решил что Украине принадлежит часть алмазного фонда Российской Федерации и часть золотовалютных запасов Советского Союза.</p>
https://www.youtube.com/watch?v=c-KY1e6Z_YM	20.02.2020	<p>День национального позора у наших братьев на Украине. Спецназ и бронетехника на улицах украинских городов. Именно так наши соседи встречают своих сограждан эвакуированных из китайского Уханя. Вместо рушников и караваев горящие крыши, проклятия и требования уехать на карантин в чернобыльскую зону. И это в крупной европейской стране, которая сегодня празднует день достоинства. Сложно</p>

		<p>представить что думают сейчас те самые украинцы, которые почти сутки добирались домой из Китая и на автобусах прямо сейчас перемещаются в сторону Полтавской области где Зеленский подготовил для них карантин. Впрочем, и сам карантин у украинцев получается довольно странным. Примечательно, что кроме обычных граждан в пикетах замечены и представители "Правого сектора". Абсолютное сумасшествие, и все это у нас под боком.</p>
https://www.youtube.com/watch?v=zLF4Orb3B2o	21.02.2020	<p>Украина и «день позора» На Украине пробивают очередное дно. Это действительно случай, когда кажется что это неправда, так не бывает, но, к сожалению, происходит рядом с нашими границами, в государстве, которое считает себя цивилизованным и европейским. Людей, своих же сограждан украинцев, на родине встречали словно прокаженных. За время беспорядков в Полтавской области травмы получили 20 правоохранителей, 5 из них в тяжелом состоянии. Что в этой ситуации делает власть? Премьер Гончарук вечером прилетел на место и выступил с заявлением. Примечательно что призывы сжечь людей,</p>

		<p>напомним, своих же ни в чем не виноватых сограждан, он назвал паникой. А все происходящее назвал частью информационной войны против Украины.</p>
https://60-minut.su/60-minut-vypusk-ot-23-04-2020-karantin-dlinoj-v-dva-goda.html	23.04.2020.	<p>На Украине появляются высказывания о карантине продолжительностью в два года. Чтобы украинцы не скучали им будут показывать фильмы про Зеленского. Вчера в офисе президента Украины анонсировали фильм, посвященный году президентства Владимира Зеленского. Это уже второй раз когда украинский президент подводит итоги с помощью кино.</p>
https://60-minut.su/60-minut-vypusk-ot-21-05-2020-oche-rednoj-majdan.html	21.05.2020	<p>Очередной Майдан. Очередной Майдан на Украине, по заявлениям сторонников Порошенко, будет собран на ближайшее воскресенье. Его участники собираются клеймить позором Зеленского, который, по их мнению, в течении последнего года сдал все украинские интересы Кремлю. Совершенно неожиданный ход со стороны Порошенко, которому впору бы самому затаиться. Но он не сдается, и намерен бороться с Зеленским за власть. Тем временем Генеральная прокуратура, в свете опубликованных</p>

		<p>записей разговоров Порошенко и Байдена, возбудила в отношении бывшего президента дело по статье государственная измена.</p>
https://60-minut.su/60-minut-vypusk-ot-22-06-2020-kak-unichtozhayut-istoricheskuyu-pamyat.html#more-5416	22.06.2020	<p>Сознательно стирается память о великом подвиге советского солдата повсеместно в мире, и Украина вновь успела отличиться в этом плане. На смену тем ценностям, которые по мнению Киева, устарели и более не актуальны, приходят ценности американские, и вот уже на столичную Родину-мать в преддверье начала ВОВ нацепили ЛГБТ-флаг.</p>
https://60-minut.su/60-minut-vypusk-ot-21-07-2020-zahvat-zalozhnikov-v-lutske.html#more-5491	21.07.2020	<p>Срочная новость пришла из Украины. В городе Луцк неизвестный мужчина захватил автобус с пассажирами и удерживает их в качестве заложников в самом центре города. Данные о количестве заложников разнятся, от 10 до 20 человек. Террорист вооружен автоматическим оружием и гранатами. Шторы автобуса закрыты, а несколько окон прострелены. Периодически слышны звуки выстрелов. По заявлению террориста в городе есть еще один автобус с заложниками, а также в людном месте установлено взрывное устройство, которое может быть приведено в действие в любой момент.</p>

https://60-minut.su/60-minut-vypusk-ot-28-08-2020-belo-russiya-ne-ukraina.html	28.08.2020	<p>Буквально только что верховный представитель Евросоюза по внешней политике заявил, что у Европы нет намерения превращать Белоруссию во вторую Украину. Вероятно таким образом нам хотят сказать, что у Украины после освободительно Евромайдана что-то пошло не так. Ну или еврочиновник как и все мы ужаснулся после того как вчера на Украине среди бела дня националисты расстреляли автобус и словно звери добивали лежащих. Еще Евросоюз подготовил пакет санкций против Белоруссии. Любые наши попытки успокоить ситуацию в братской стране в Европе традиционно выдают за агрессию.</p>
https://60-minut.su/60-minut-vypusk-ot-10-09-2020-otkroveniia-bogdana.html#more-5691	10.09.2020	<p>"Зеленский кинул Путина", именно в такой формулировке, обещали одно, не сделали ничего. Это цитата бывшего главы Администрации президента Украины Андрея Богдана. Невероятны и абсолютно неожиданные детали взаимоотношений Украины и России Богдан рассказал пропагандисту средней руки Гордону. Интересных подробностей действительно было озвучено очень много.</p>
https://60-minut.su/60-minut-vypusk-ot-20-10-2020-velikaya-morskaya-ukraina.html#more-5848	20.10.2020	<p>Сделать Османскую империю снова великой Эрдогану поможет Зеленский. Цена вопроса - наш с вами Крым и две</p>

		<p>новые украинские военные базы на Черном море. Именно такой вывод можно сделать из заявлений озвученных Зеленским сегодня в Верховной раде. Новый антироссийский союз будет именоваться "Крымская платформа".</p> <p>Ну Турции здесь отводится особая роль. Отношения с Эрдоганом, как говорит Зеленский, сейчас на беспрецедентном уровне. Именно совместно с турками будет запущено производство кораблей, дронов и систем ПВО. Учитывая опыт Карабах не исключено что и на Украине Эрдоган планирует участие в военных делах.</p>
https://60-minut.su/60-minut-vypusk-ot-23-11-2020-slet-mahrovyyh-rusofofov.html	23.11.2020	<p>Махровые русофобы собранные со всего мира на американские деньги пытаются демократизировать и спасти Россию от Путина. Предлагают ее расчленить, отдать Кавказ и Урал, мол так будет легче править и жизнь станет более сытой.</p> <p>Звучит практически невероятно в канун седьмой годовщины майдана, когда каждый может увидеть чем в итоге оборачивается демократизация под лозунгами "Америка нас спасет". Раздавать российские территории предлагает в частности Гозман. Подключился к обсуждению и бывший</p>

		<p>гроссмейстер, а ныне гражданин Хорватии Каспаров, который предлагает раздать все земли собранные еще с царских времен, включая, естественно и Крым. В Конституции предлагается закрепить механизм выхода территорий из состава страны. Вобщем договорились до того, что Россия должна уместиться где-то в границах МКАДа.</p>
https://60-minut.su/60-minut-vypusk-ot-08-12-2020-sputnik-v-na-ukraine.html	08.12.2020	<p>Спутник V на Украине. Россия готова поделиться с Украиной технологией производства вакцины от коронавируса. Об этом заявил украинский политик Виктор Медведчук. Сейчас он находится в Москве где сегодня провел встречу с руководителем фонда прямых инвестиций. Более того, нашу вакцину готова выпускать одна из ведущих украинских фармацевтических компаний. Необходимое оборудование и сырье имеются. Вопрос в том позволит ли ныне действующий президент производить и выпускать на рынок нашу вакцину или производить ее на Украине для третьих стран. Но не исключено, что политический кретинизм снова возьмет верх над здравым смыслом и на Банковой будут ждать американскую вакцину,</p>

		которая появится на Украине в лучшем случае осенью следующего года.
--	--	---