

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет гуманітарних наук
Кафедра культурології

Кваліфікаційна робота

Освітньо-кваліфікаційний рівень – магістр

на тему: «РОСІЙСЬКА ПРОПАГАНДА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ
УКРАЇНИ: СТЕРЕОТИПИ ТА ШЛЯХИ ПОШИРЕННЯ»

Виконала студентка МП-2,
спеціальності 034 «Культурологія»

Кравченко Катерина Павлівна

Керівник Демчук Р. В.,
доктор культурології, професор кафедри
культурології НаУКМА

Рецензент Демиденко Н. М.
кандидат історичних наук, старший
науковий співробітник Сумської філії
ХНУВС

Київ 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ФЕНОМЕН ПРОПАГАНДИ ЯК ФОРМИ КОМУНІКАЦІЇ	9
1.1. Поняття та витоки феномену пропаганди	9
1.2 Принципи дії пропаганди	17
1.3 Контрпропаганда: сутність явища	21
РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ В УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ.....	31
2.1. Міфологічна складова пропаганди: наративи, ідеї, символіка	31
2.2. Монологічний характер спекуляції інформацією та його прояв	43
РОЗДІЛ III. ТИПОВІ ОСЕРЕДКИ ТА ЗАСОБИ ПОШИРЕННЯ ПРОПАГАНДИ	49
3.1 Інститут церкви як потужний осередок російської пропаганди	49
3.2. Місце кінематографу в популяризації пропагандистських ідей та концепцій.....	58
3.3. Соціальні медіа як засіб непрямой пропаганди.....	67
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	78
ДОДАТКИ	88

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Представлена робота присвячена дослідженню проблеми російської пропаганди в межах інформаційного простору України. Розглянуті в дослідженні російські наративи умовно поділені на традиційні та новітні. Новітніми ми назвали ті сюжети, які виникали у зв'язку з анексією Криму та початком війни на Донбасі.

Сучасна дискусія з приводу російської пропаганди точиться навколо ідеологічної конфронтації Російської Федерації з її анти-західними цінностями з демократичним світом, який в цьому контексті уособлюється українською державністю. Гостро стоїть і проблема контрпропаганди та викликів, що з нею пов'язані. Зазвичай з метою пропаганди факти відокремлюються від контекстів й таким чином відбувається навмисне спотворення дійсності. При цьому штучність утвореного контексту, а відтак і розпізнання фіктивності всього сюжету, долається за рахунок присутності в ньому фактичних елементів, тобто тому, що дійсно трапилося.

Хоча російські наративи примножуються з кожним політичним кроком, який Кремлю потрібно виправдовувати, все ж є кілька ключових, які є опорою для нашарування нових – ситуативних та більш поверхневих. Перш за все, пропаганда вимагає монологу, оскільки всі необхідні масовій свідомості відповіді мають безперешкодно й багаторазово повторюватися.

Окремої уваги заслуговує Російська православна церква, оскільки вона є вже традиційною опорою Кремля в популяризації імперських ідей. Важливо зазначити, що використовуючи релігію, Росія прагне зміцнити свої позиції на геополітичній карті світу, а в межах пострадянського простору практикує цей метод з особливою активністю. Україна – секулярна держава, хоча більшість українців сповідують християнство, а значна їх частина є прихожанами УПЦ МП. При цьому небезпека полягає в тому, що релігійне населення має довіру до інституту церкви саме завдяки тому, що вона є незалежною від держави, тобто вважається такою, що існує окремо від політики.

Про принципову важливість церкви для здійснення імперських планів Путіна говорить і той факт, що на непідконтрольній Україні території Донбасу провадиться політика релігійних утисків за тією схемою, що й в Російській Федерації. Релігійна діяльність, яка не знаходиться під контролем держави вважається такою, що створює загрозу нібито існуючій стабільності та суспільному ладу.

Одним із засобів впливу церкви є донесення потрібної думки за допомогою псевдодокументалістики, яка поширюється в медіа. Особливістю цього кінематографічного жанру є використання фіктивних елементів: фальсифікації подій, спотворення фактів та використання цифрових технологій з метою дезінформації. Попри те, що інститут Російської православної церкви залишається доволі традиційним в порівнянні з іншими релігійними об'єднаннями, щодо питань пропаганди все ж використовуються сучасні підходи. Ще в XX столітті суспільство почало споживати все більше візуального контенту, що ж стосується сьогодення, то цифрові технології ще більше поглинули культурний простір. Найефективнішою є візуальна пропаганда, яку й застосовує інститут церкви для поширення наративів, й відповідно формування потрібної росіянам «картину світу» українських прихожан.

Довгий час Україна знаходилася під політичним, а відтак і культурним впливом Кремля. За Радянських часів подібне дослідження було неможливо здійснити в українському академічному колі через цензурування за якими слідували репресії та переслідування. З іншого боку, для практичного дослідження та повноцінного розуміння ситуації не достатньо знаходитися в теоретичному контексті проблеми, необхідна зануреність в реалії, а відтак фізична присутність в досліджуваному просторі. Хоча в останнє десятиріччя відбулося пожвавлення досліджень російської пропаганди та її проявів, бракує ґрунтовних та точкових досліджень. Щодо церкви, то деякий обсяг фактів з приводу пропаганди розміщено в інформаційній формі, є й всебічні дослідження, які стосуються інституту Російської православної церкви, історичних процесів його формування та співпраці з офіційним Кремлем.

Відтак актуальність цієї роботи полягає у спробі цілісного підходу до сюжетів пропаганди російських наративів з метою виявлення зв'язку між ними та усвідомлення культурно-історичних закономірностей розвитку пропаганди.

Крім того, дослідження сучасних форм та засобів російської пропаганди може сприяти розв'язанню серйозної проблеми протидії маніпулюванню суспільною думкою зовнішніми силами в часи інформаційної війни.

Об'єктом дослідження даної роботи є пропаганда як соціокультурний феномен.

Предметом дослідження роботи є аналіз російської пропаганди в українському інформаційному просторі.

Мета дослідження полягає у всебічному аналізі феномену пропаганди, зокрема явища контрпропаганди, а також – дослідженні російських пропагандистських наративів, поширених в українському інформаційному просторі на прикладі церковного, кінематографічного та соціомережевого кластерів.

Поставлена мета передбачає наступні **завдання**:

- дослідити витoki феномену пропаганди та показати як він розвивався з плином часу;
- з'ясувати яким чином функціонує пропаганда;
- розкрити явище контрпропаганди;
- окреслити найпоширеніші наративи сучасної російської пропаганди, фокусуючись на інформаційному просторі України;
- спростувати тезу про аполітичність інституту церкви, зокрема УПЦ МП;
- довести, що Російська православна церква є потужним осередком пропаганди ідей «руського миру»;
- виявити як взаємопов'язані типові кластери пропаганди, кінематограф та соціальні медіа.

Методологія дослідження. Дослідження ґрунтується на компаративному підході та загальнонаукових методах: феноменологічному, аналітичному, дескриптивному, міждисциплінарний зв'язок і взаємодоповнюваність яких

забезпечили об'єктивність результатів дослідження. Застосований темпоральний підхід полягає в тому, що розглянуті в кваліфікаційній роботі російські наративи умовно поділені на традиційні та новітні. Новітніми ми зазначили ті сюжети, які виникали у зв'язку з анексією Криму та початком війни на Донбасі. Метод теоретичного узагальнення використовується для підбиття висновків дослідження.

Джерельна база дослідження. Питання пропаганди почало активно досліджуватися лише в першій половині минулого століття, а найбільш комплексно його охарактеризував філософ Ж. Еллюль в книзі «Propaganda: The Formation of Men's Attitudes», вперше класифікувавши її за видами. Також класичною вважається книга Г. Лассвела та Д. Блюменсток «World Revolutionary Propaganda», в ній автори розглянули комуністичну пропаганду. Психіатр В. Елісберг в своїй роботі «Towards a Philosophy of Propaganda» досліджував переважно принципи дії пропаганди тоталітарних режимів. Також загальні питання пропаганди висвітлені такими дослідниками як А. Белоусов, Д. Хамільтон.

Що стосується сучасної російської пропаганди загалом, ми користувалися дослідженнями К. Ваттса, Т. Бевз, Я. Малика, М. Гессен та ін.

Тему Російської православної церкви в контексті пропаганди досліджували К. Говорун, М. Солік, В. Баар, В. Михалевич, Т. Бремер.

Серед українських дослідників способів впливу на громадську думку виокремимо Г. Почепцова, зокрема його книгу «Психологические войны». Питання українського фронту гібридної війни досліджував В. Горбулін. А такі автори як Б. Парахонський та Г. Яворська. зосередилися на стратегічних аспектах російсько-українського протистояння та проблемах культури в умовах війни і миру. Міфотворчість у політичних процесах РФ досліджували Р. Демчук в ст. «Актуальні міфи імперської ідентичності» та С. Топалова в ст. «“Русский мир” як системний політичний міф сучасної Росії».

Також в цій роботі ми використали дослідження авторів, що були зроблені завдяки їх практичній діяльності, а саме книгу Д. Кулеби «Війна за реальність», де розкрито тему інформаційної війни та дезінформації та книгу О. Мороз «Нація

овочів? Як інформація змінює мислення і поведінку українців», де авторка фокусується на темі соціальних мереж як засобів пропаганди.

Значна кількість наукових робіт присвячена дослідженню як нацистської пропаганди часів Другої світової війни, так і контрпропаганди країн антигітлерівської коаліції. Серед них виділимо книги Г. Арендт «The Origins of Totalitarianism» та Р. Овері «The Dictators: Hitler's Germany and Stalin's Russia». Не бракує й досліджень радянської пропаганди, що здійснювалася в часи холодної війни. Більше того, напрацьованими за майже півсторіччя матеріалами західних опонентів, росіяни користуються й сьогодні. Саме ці дослідження є важливими для розуміння методів, якими Кремль створює альтернативну дійсність.

Проте, нами виявлено брак аналітики конкретних проявів пропаганди в сукупності з її осмисленням за допомогою введення сингулярних її проявів в історичний контекст. До того ж в літературі, на нашу думку, недостатньо висвітлено питання функціонування пропаганди в інституті російської церкви, бракує осмислення способів комунікації ретрансляторів пропаганди з аудиторією. Таким чином вважаємо доцільним проаналізувати конкретні прояви пропаганди та пов'язати їх між собою, об'єднавши історичним контекстом.

Кінематографічними джерелами дослідження стали фільми та телепрограми, підібрані таким чином, щоб продемонструвати симулювання дискусії та інші особливості процесу комунікації пропагандистів російських наративів з аудиторією. Крім того, за допомогою фільмів «Здрастуй, брате, Христос Воскрес!», «Паломниця» та «Крим. Шлях на Батьківщину» прослідковуємо бажання консолідації «братніх народів», висловлене російською церквою.

Новизна роботи. На підставі конкретних прикладів, охарактеризовано особливості однобічної комунікації, що відбувається з метою пропаганди ідей «руського миру». У роботі прослідковано за рахунок чого монолог розгортається саме під видом активної дискусії та позначено цей комунікативний феномен “монологічним багатоголоссям”, адже пропагандистські медіа попри імітацію

діалогу насправді уникають його: контакт принципово відбувається в односторонньому порядку.

Структура роботи: робота складається зі вступу, трьох розділів та восьми підрозділів, висновків, бібліографії.

В *Першому розділі* розглянуто поняття та витоки феномену пропаганди, досліджено принципи його дії. Також перший розділ частково присвячений прояснено сутності явища контрпропаганди.

Другий розділ присвячено дослідженню сучасної російської пропаганди в українському інформаційному просторі. Тут виокремлені поширені наративи російської пропаганди та здійснені спроби їх аналізу та співставлення. Також перевірено феномен монологічності характеру пропаганди та прояснено його прояви.

У *третьому розділі* ми намагаємося зробити огляд типових осередків та засобів поширення пропаганди. Тут розглянуто інститут церкви та доведено, що він є інструментом політичного впливу Кремля. Також уточнено засоби за допомогою яких церква поширює ідеї “руського миру”.

Один з підрозділів присвячено кінематографу, зокрема псевдодокументалістиці, що також активно використовується Російською православною церквою.

Останній підрозділ присвячений соціальним медіа за посередництвом яких осередки пропаганди, зокрема церква, поширюють потрібну їм інформацію. Оскільки соціальні медіа – це віртуальне середовище, воно є зручним засобом поширення, оскільки важко піддається регулюванню. Особливістю пропаганди в соціальних медіа є й те, що вони є засобами непрямой пропаганди.

РОЗДІЛ I. ФЕНОМЕН ПРОПАГАНДИ ЯК ФОРМИ КОМУНІКАЦІЇ

1.1. Поняття та витоки феномену пропаганди

Пропаганда як явище має довгу історію, а значення слова змінювало конотації в різні цивілізаційні періоди. Навіть на сьогоднішній день слово пропаганда не має єдиного загальноприйнятого коректного визначення і є предметом нескінченних інтелектуальних дискусій. Слово «пропаганда» походить від лат. *proptago* – «поширюю». Розглянемо кілька визначень, одне з яких знаходимо в найстарішій та найавторитетнішій енциклопедії світу – Британській енциклопедії, за якою пропаганда – це «поширення інформації: фактів, аргументів, чуток, напівправди чи брехні з метою впливу на громадську думку» [81].

В словнику української мови наведено наступне визначення: «Ідейний вплив на широкі маси або певні групи людей, що носить політичний або релігійний характер» [52, с. 246]. Це вже більш специфічний та предметний погляд, він фокусується на конкретних сферах життя суспільства. Так першим відомим людству артефактом, що констатує використання пропаганди вважається Бегістунський напис, виконаний клинописом. Він є увіковіченням тріумфу Дарія над Гауматою, фіксацією факту його сходження на Перський трон. Хоча важко уявити, що розповсюдження інформації, яке вписується в сучасну шкалу визначення пропаганди могло зробити перерву в якийсь історичний період відтоді, теоретизація явища – процес відносно сучасний. Класичними ж працями, до яких звертаються зацікавлені темою розуміння та переосмислення пропаганди вважаються роботи двадцятого століття.

Іншими визначенням є такі: «Поширення і постійне, глибоке та детальне роз'яснення яких-небудь ідей, поглядів, знань» або ж стисло: «Система засобів масового поширення ідей, поглядів і т. ін.» [52, с. 246]. Як бачимо, попри поширену думку, цей термін сам по собі швидше є нейтральним, ніж емоційно забарвленим.

Пропаганда є культурною практикою, що стосується людської комунікації. Оскільки її ціллю є формування думок та конституювання сприйняття, вона пов'язана з великою кількістю як гуманітарних, так і соціальних наук, а саме – із зв'язками з громадськістю, теорією культури, медіа комунікаціями, політичними науками, історією, мистецтвом, соціологією та теологією.

Хоча пропаганда як явище з'явилася значно раніше часів Католицької Реформації, вважається, що сучасної форми вона набула саме в часи Конгрегації Євангелізації Народів [63, с. 121]. В 1622 році папою Григорієм XV був організований спеціальний адміністративний підрозділ, орган церковної влади, який отримав назву Конгрегації пропаганди віри (*Congregatio de Propaganda Fide*). Метою створеної колегії було посприяти поширенню католицизму: забезпечити місіонерів бібліотекою для дослідження духовної літератури та школами для підготовки священників й місіонерів. До того ж конгрегація повинна була захистити католиків від протестантського впливу. Таким чином католицька церква почала визнаватися інституцією, яка вперше застосувала комплексний підхід при поширенні пропаганди [61, с. 1].

З історії нам відомі приклади, коли наслідки пропаганди ставали як корисними для розвитку демократичних цінностей, так і повністю їх руйнували. Напевно найвідомішою подією, яка демонструє однозначність того, що пропаганда може бути позитивним явищем і працювати на зміцнення стосунків між різними суспільствами, а отже і культурами є Олімпійські ігри. Так сучасний олімпійський рух можемо назвати пропагандою ідеї чесної гри, перед якою учасники присягаються дотримуватися правил. Айдендика руху у вигляді п'яти переплетених кілець пропагує дружбу націй, а кредо проголошує участь значимішою за перемогу та зміщує акценти зі спортивних змагань на життя, чим визнає необхідністю не тріумф, а зусилля та гідну боротьбу.

Іншим прикладом позитивної або ж конструктивної пропаганди, тобто такої, яка пішла на користь суспільству, було пропагування прав людини суфражистським рухом, що втілювався в найрізноманітніших акціях, протестах, демонстраціях. Жінки, членкині суфражистського руху, вигадували слогани

для плакатів, друкували листівки із закликами про несправедливість свого положення в суспільстві, поширювали памфлети, намагаючись привернути до себе увагу. Суфражистки вибороли право жінок на голос, на розлучення, на участь в політичному та економічному житті суспільства переважно за допомогою поширення пропаганди.

Як зауважує А. Белоусов, є велика кількість робіт, переважно локального характеру, які присвячені феномену пропаганди. Вони досліджують окремі компанії та концентрують увагу на психологічних прийомах, проте саме Ж. Еллюль здійснив спробу ґрунтовного теоретичного аналізу пропаганди [28, с. 168]. Оскільки людина за своєю природою схильна до спрощення, а отже до класифікації, не стало виключенням і поняття пропаганди.

Науковці, в залежності від походження, технік впливу, достовірності інформації поділили пропаганду на типи. З множини класифікацій Н. Кулл, Д. Кулберт та Д. Велч пропонують застосовувати поширений підхід до розуміння типів пропаганди за рахунок її поділу на білу, сіру та чорну. Таке розрізнення базується на намірах творців пропаганди приховати чи розкрити той факт, що вони її створили. Біла пропаганда продукується чітко визначеним ресурсом, часто урядом. Зазвичай інформація, що в ній міститься є достовірною. Її метою є переконати аудиторію повірити в перевагу однієї ідеї над іншою [66, с. 425-426].

Чорна пропаганда, – це більш екстремальний вид, оскільки вона ґрунтується на спотворенні інформації та брехні. До того ж, наслідком фальсифікації ресурсу її походження стає ускладнення процесу її аналізу аудиторією. Чорну пропаганду важко ідентифікувати доти, доки всі факти не стають відомими [66, с. 41].

Сіра пропаганда, як стверджують автори, знаходиться посередині між білою та чорною. Джерело її походження може бути як ідентифіковане, так і приховане. Щодо достовірності, то вона невизначена [66, с. 151].

Ж. Еллюль виокремив наступні категорії: політична та соціологічна, агітаційна та інтеграційна, вертикальна та горизонтальна, раціональна та ірраціональна. Політична пропаганда ставить перед собою точно визначені

цілі й розповсюджується урядом, партією чи будь якою іншою політично впливовою групою. Найвідомішими репрезентативними випадками є Гітлерівська та Сталінська пропаганди [68, с. 62]. Як зауважує В. Елісберг, індивід може належати до множинності найрізноманітніших груп, з якими буде пов'язаний в той чи інший спосіб. У зв'язку з цим, стверджує автор, для досягнення результату політична пропаганда має знайти спосіб скоротити множинність людських мотивацій, а отже виокремити спільний знаменник для цих груп [67, с. 57].

Щодо соціологічної пропаганди, то, на думку Ж. Еллюля, вона більш комплексна та складна для розуміння, оскільки працює через несвідоме і втілюється у звичках чи традиціях. Вона прагне не лише пристосувати особистість до конкретних обставин, але й заохотити її до ефективних дій. Зазвичай її методи не є цілеспрямованими, а пропагандисти не усвідомлюють свого впливу та його можливих наслідків. Прикладом цього виду пропаганди є фільмографічні матеріали з непомітним, навіть для продюсера, пропагуванням американського чи будь-якого іншого способу життя. Результатом стає амбівалентний поділ реальності на категорії добре/погано. Автор зазначав, що лише в тому випадку, якщо глядачі живуть згідно правил на екрані, вони вважають свій спосіб життя правильним. Якщо ж ні, то та частина глядачів, що опинилася в лещатах соціологічної пропаганди замислюється про зміни, адже їм починає здаватися, що щось в їхньому житті відбувається не так, як потрібно насправді [68, с. 63-65]. Як бачимо, цей тип пропаганди живиться створенням та розповсюдженням уявлень та міфологізмів.

На думку А. Белоусова, в реаліях технологічно наздоганяючої позиції СРСР по відношенню до Заходу, міфотворча роль припала саме на рок музику. Магнітофони серед громадян СРСР були у ширшому вжитку, аніж відеоманітофони, тому роль фільмів на теренах Радянського Союзу не була настільки важливою, як на Заході. Поширення бунтівних настроїв відбувалося переважно в молодіжному середовищі через посили рок музики, серед яких – свобода та заперечення існуючої на той час системи. Белоусов називає рок в

СРСР уособленням соціологічної пропаганди – завуальованої й такої, якій важко було протидіяти і яка посприяла розпаду СРСР [29, с. 118-119]. Й дійсно, радянська політична машина забороняла творчо проявлятися не лише майстрам слова, яких називаємо поетами та письменниками. Хоча вони й часто були об'єктами уваги, музиканти також перебували під контролем та цензурувалися на наявність месенджу в своїх творчих доробках. Соціологічна пропаганда діє повільно, м'яко, втім помітна в довгостроковій перспективі та є добрим підґрунтям для подальшої пропаганди: відкритішої та агресивнішої. Її таємниця та протиріччя полягають у тому, що вона тисне на окремих індивідуумів заохочуючи їх приєднатися до мас, але робить це непомітно.

Іншими типами пропаганди, які розрізняє Ж. Еллюль є агітаційна та інтеграційна пропаганда. Агітаційна пропаганда є широко розповсюдженою та застосовується політичною стороною з єдиною метою – підважити існуючий в суспільстві лад. Вона є найпомітнішою зі всіх типів пропаганди й супроводжує докорінні зміни в суспільстві, чи то війни, чи то революції. Прикладом є відомі нам з радянської історії п'ятирічні плани розвитку народного господарства. Така пропаганда керується ентузіазмом, тому для уникнення розпачу результат має бути відносно швидким та видимим. Для неї найхарактернішими є антипатія, відраза та різке несприйняття конкретного ворога. Ж. Еллюль вважав, що агітаційна пропаганда найкраще поширюється серед менш освічених верств населення, на противагу інтеграційній пропаганді більш розвинених країн, яка намагається сформувати внутрішній світ людини чи переформатувати вже існуючий. Складність цього типу пропаганди полягає в поступовості результатів та їх непередбачуваності [68, с. 71-77].

Ще одним протиставленням, згідно класифікації Ж. Еллюля, є вертикальна та горизонтальна пропаганда. Вертикальна пропаганда є більш розповсюдженим та традиційним явищем, що поширюється з позиції згори вниз – від лідера до підлеглих. Культивування горизонтальної пропаганди вимагає колосальної організації людей, вона виконується в групах, коли кожен учасник має бути почутим та слухає інших [68, с. 80, 82].

Автор поділяє пропаганду й на раціональну та ірраціональну. Зазвичай вона поєднує в собі ці дві характеристики, апелюючи хоча б частково до фактажу, який можна перевірити й досвіду, який можна довести. Ідея полягає в тому, щоб подати достовірну інформацію з потрібним емоційним забарвленням, яке б пам'яталося читачеві після того, як факти зітруться з пам'яті [68, с. 84-87]. Це часто досягається за рахунок фактів, які виривають з притаманного їм контексту та вставляють в новий – вигаданий.

Ж. Еллюль вбачав підкорення свідомості людини кінцевою метою пропаганди, вона повинна призвести до дій. Якщо ж цього не відбувається, то це, на думку автора, не пропаганда, швидше – «дитячі ігри» [68, с. 30]. До дій призводить активна пропаганда, якій передуює передпропаганда (субпропаганда). Остання – це такий собі підготовчий етап, завданням якого є активація психологічної сприйнятливості.

Щодо каналів поширення пропаганди, то вони здебільшого є універсальними та інтернаціональними; інформація поширюється всіма доступними способами, таким чином досягаючи широких верств населення. Розглянемо конкретний історичний приклад поширення пропаганди на державному рівні: під час Першої Світової війни, президент США, Вудро Вільсон, створив комітет з питань громадської інформації, завданням якого було заохотити американських громадян підтримати США та поширити анти-німецькі настрої для забезпечення перемоги. Так окрім звичних та загальноприйнятних каналів поширення: статей в друкованих часописах та журналах, брошур, плакатів на будівлях, агентство, як зауважив М. Гамільтон, не нехтувало й радикальними способами, такими як мультфільми, недільні церковні церемонії, промови під час антрактів, розміщення інформації на театральних завісах [72, с. 6]. Як бачимо, радіус дії якісно організованої пропаганди надзвичайно широкий, що робить бажання уникнути взаємодії з нею утопічним.

Й потужні пропагандистські осередки початку минулого століття, й сучасні використовують майже аналогічні способи передачі інформації, лише з поправкою на технологічність, а отже і швидкість передачі повідомлення.

Хоча відомий випадок з Північною Кореєю, де інноваціям не належать особливі заслуги в зміні засобів пропаганди. Цей випадок В. Ма називає екстремальним, там антизахідна ідеологія поширюється традиційними для минулого століття способами – друкованою пресою, біл-бордами та маскуванню під розваги [76, с. 47].

Допоки в світі існують групи людей з різними політичними, економічними, територіальними, тощо інтересами, доти існуватиме боротьба за вплив в найрізноманітніших її проявах. Пропаганда при цьому є сильним та безсумнівно дієвим засобом, що підтверджується широкою її розповсюдженістю й в інформаційному просторі сьогодення. Вдале маніпулювання інформацією в змозі не лише розпочати дії в напрямку зміни політичної карти світу, а й дійсно змінити її.

Г. Лассвел та Д. Блюменсток пишучи про явище пропаганди зазначають, що ще під час Першої світової війни пропаганда сприймалася як щось, що оповите ареалом загадковості [75, с. 3]. До того ж можна стверджувати, що до неї ставилися з пересторогою саме через сформовану негативну конотацію щодо поняття. Переважно негативна конотація слова в свідомості людей зберігається й донині. Помітну роль в цьому відіграв той факт, що в двадцятому столітті мистецтво пропаганди вдосконалювалася тоталітарними режимами, а наслідки її дії залишили кривавий слід в історії людства. Так тоталітаризм увінчався тимчасовим успіхом певною мірою за допомогою політичної пропаганди – починаючи від більшовиків з їхнім Комуністичним Інтернаціоналом та гаслами, що заохочували «прагнення здобути владу над робітничим класом й встановити світову диктатуру пролетаріату» [56] й продовжуючи поглинанням Італії ідеологією фашизму та Німеччини ідеологією нацизму [75, с. 4].

Пропаганда – це складний соціальний феномен. Ж. Еллюль вбачав комплексність пропаганди ще й в тому, що її форми, методи та психологічні техніки можуть відрізнятися не лише в залежності від режиму, але й від лідера, що його очолює [68, с. 61]. В. Ма також зазначає, що механізми управління громадською думкою можуть значно різнитися й відображатися на успіху

пропаганди. Авторка, говорячи про розквіт пропаганди в двадцятому столітті, звертає увагу на те, що авторитарним урядам вдалося створити й зафіксувати в суспільній свідомості потрібні наративи не лише пропагуючи їх, а й забороняючи одночасно прояви дисидентства. Саме таким абсолютним контролем за потоками інформації відзначався Китай часів Мао Дзедун та СРСР часів Сталіна. В тотальному цензуруванні була схожість пропаганди цих двох режимів [76, с. 46]. Подібний стан справ маємо змогу спостерігати й в сучасному світі, – чи то заборона фейсбука, гугла, ютюба та інших соціальних медіа в Китаї, чи то інформаційне блокування в Білорусі під час останніх протестів, чи то отруєння та вбивства лідерів опозиційних політичних сил в Росії. У вище згаданих випадках комплементарна частина пропаганди у вигляді цензури порушує права і свободи громадян за рахунок необмеженості та авторитарності влади.

Беззаперечним є зв'язок автократичних та тоталітарних політичних режимів з пропагандистськими державними машинами, що перешкоджають свободі слова. Тут варто розглянути індекс свободи преси. Так, згідно зі звітом міжнародної громадської організації «Репортери без кордонів» (RSF), найгірше становище зі свободою слова в 2020 році було в Північній Кореї – в рейтингу країна знаходиться на останній 180 позиції та Еритреї – 178 позиція. Серед впливових політичних гравців сильна цензура має місце в Китаї та Росії – 177 та 149 місця відповідно [84]. Це говорить про монополію сучасних диктаторів на засоби масової інформації з метою ефективнішого поширення ними пропаганди та інші перешкоджання поширенню альтернативної думки.

Держави ж з диктаторськими та авторитарними режимами, як зазначає Д. Шарп, майже завжди мають переваги пов'язані з військовими силами, як кількісно так і якісно [80, с. 4]. Отже, конфлікти інтересів на рівні держав призводять як до інформаційних протистоянь у вигляді поширення недостовірних повідомлень та кібератак, так і до збройних сутичок. До того ж, на думку М. Гессен, в тоталітарних суспільствах досягнути стану спокою можливо лише відмовившись від артикулювання побаченого на власні

очі [69, с. 59]. Дійсно, за таких умов стати в опозицію значить наразитися на небезпеку або знищення.

Щодо сьогодення, то ХХІ століття – століття цифрового перевороту, а відтак глобалізації, збільшення кількості інформаційних потоків та спрощення їх обміном. Втім, на прикладі, деяких держав, бачимо, що діджиталізація з її можливістю легкого доступу до альтернативних думок, не є панацеєю від впливу пропаганди, а навпаки – сприяє швидкому та точковому її поширенню. Те, що велика частина життя сучасної людини відбувається онлайн ускладнило процес дискусії, оскільки яку б точку зору людина не підтримувала, онлайн легше знайти однодумців та, тим самим, ще більше посилити переконання, які склалися раніше.

Зокрема в українському медійному просторі ми спостерігаємо розповсюдження неправдивої, маніпулятивної, часто позбавленої логіки інформації зі сторони Російської Федерації. Такий стан справ, в свою чергу, є очікуваним та передбачуваним, зважаючи на статус Російської Федерації як держави агресора щодо України. Доречним буде сказати, що в реаліях сьогодення пропаганда стала синонімом бойових дій, тому пропонуємо розглянути принципи дії пропаганди та явище контрпропаганди в двох наступних підрозділах.

1.2. Принципи дії пропаганди

В будь яких сферах діяльності надзвичайне значення мають нові технології, розвиток яких стає можливим завдяки постійним науковим відкриттям. Пропаганда не стала виключенням, хоча принципи її дії та методи поширення багато в чому орієнтуються на сучасні дослідження з нейронауки.

Як і реклама та піар, пропаганда ефективніша тоді, коли повідомлення впливає на емоційний стан. Це досить дієвий спосіб з одного боку привернути та утримати увагу аудиторії, з іншого – спонукати до дій, адже відомо, що емоції впливають на сприйняття. Позитивні емоції, такі як задоволення, любов, радість, натхнення та ін. допомагають пришвидшити прийняття

рішень, беручи при цьому до уваги ширше коло точок зору. Також емоції впливають й на творчу здатність вирішувати завдання. Отже, як вже було з'ясовано, невід'ємною частиною пропаганди є потік негативної, деструктивної інформації. Це може бути критика того, що відбувається в політиці, культурі, науці чи загалом в суспільстві. Це можуть бути травматичні новини, як от вбивства чи катастрофи.

Сучасна аудиторія сприйнятлива й до економічних негараздів, в цьому контексті деструктив, що часто спостерігаємо з боку РФ пов'язаний з риторикою безробіття та низьких заробітних плат. Інформація, що спричиняє нагнітання атмосфери подається без фактичних даних. Щодо російської пропаганди в межах українського інформаційного простору, то такі деструктивні повідомлення часто пов'язані з економічними питаннями, які набувають особливо інтенсивного характеру щодо конкретних груп населення, як от пенсіонерів. Це можна пояснити тим, що люди пенсійного віку складають значну частину електорату України [58] та є економічно вразливою категорією населення. Відповідно вони є більш сприйнятливими до політичної пропаганди.

Потік негативу може безпосередньо не стосуватися точки зору, яку намагаються нав'язати. Він покликаний на те, щоб сформувати почуття занепокоєння та інші негативні емоції, які перешкоджають раціональному мисленню. Як бачимо, емоції значною мірою впливають на сприйняття інформації і, відповідно, реакцію на неї.

До прикладу, людина, яка незадоволена поточним станом справ в політиці та дезорієнтована шквалом інформації ззовні, що нагнітає ситуацію, легше прийме рішення про необхідність кардинальної зміни. Схожу ситуацію могли спостерігати на виборах президента України в 2019 році. Так чинний президент Володимир Зеленський став головним героєм політично-сатиричного серіалу «Слуга Народу». Як влучно зауважила Г. Набокова, активність глядацької аудиторії при перегляді телевізійного контенту розважального формату на суспільно-політичну тематику призводить до сприйняття ними політики як малосерйозної справи [47, с. 156].

Серіал є чудовим прикладом політичної пропаганди, він оповідає про вчителя історії – людину з народу, яка виграла президентські вибори та почала наводити лад в країні, де не було справедливості. Серіал надзвичайно масовий як для українського ринку, має мільйонні перегляди на платформі ютуб. Показово, що 91% користувачів гугл сподобалося телевізійне шоу. Так загальне невдоволення суспільства було підсилене харизматичним голосом з екрану. Наслідком стало емоційне прийняття рішення більшістю населення, яке фактично не піддається жодній раціоналізації.

Що частіше ми повторюємо інформацію, тим краще її засвоюємо. Цим принципом ми звикли користуватися в школі, послуговуємося ним на роботі та повсякденному житті. Пропаганда діє за тим же принципом. Якщо спробувати звертати на неї увагу, то здається, що її занадто багато. Дійсно це так, але при цьому наративи залишаються незмінними. Повторювання відбувається для того, аби сформувати інформаційне поле та певну «картину світу» в адресатів. Це спрощує життя, адже думка потребує інтелектуального зусилля, це затрати енергії, а людський мозок за своєю природою схильний до її збереження.

У когнітивній нейробіології є таке поняття як широкомасштабні мозкові мережі – це ділянки мозку, які взаємодіючи, виконують певну функцію. Однією з них є мережа виконавчого контролю – це мережа ділянок мозку, які відповідають за складні розумові процеси, як от аналітичне мислення, планування чи регуляція поведінки. Цьому процесу заважає відчуття страху, яке може з'являтися й перед чимось незрозумілим чи небажаним. Воно пригнічує мислення та ретельний аналіз інформації [77, с. 315], що в свою чергу спрощує процес нав'язування певного кута зору. Отже, під впливом страху людина стає сприйнятливішою до пропаганди, оскільки страх ускладнює критичне судження.

В якості прикладу розглянемо Польщу. Там частина суспільства негативно налаштована щодо переселенців, непокоячись про те, що вони займатимуть робочі місця поляків, спровокують призупинення росту заробітних плат, в країні почнеться безробіття та бідність. При цьому це

почуття страху настільки сильне, що раціональна точка зору навіть не береться до уваги цією категорією респондентів. Моніторинг громадської думки з приводу ставлення поляків до українців проводиться доволі часто: зазвичай не складає труднощів знайти дані, що відображають ситуацію по конкретних роках. Останніми роками дослідження мають здебільшого схожі результати відсоткового співвідношення негативно та позитивно налаштованих до українців поляків. Більша частина польських працівників ставиться позитивно до працівників з України, деяка нейтрально, але все ж залишається значний відсоток польських працівників, негативно ставлення яких спричинене побоюванням того, що українці можуть забрати в них роботу [30]. Хоча точна кількість працівників українського походження невідома, проте безсумнівим є той факт, що чисельність української діаспори в Польщі важко переоцінити. При цьому не безпідставно вважати, що відомий нам феномен польського економічного дива стався саме завдяки згаданому величезному потоку іммігрантів з України після розпаду СРСР [71, с. 7]. Окрім того на польському ринку праці існують прогалини, заповнення яких вимагає залучення іноземних працівників [71, с. 13]. Отже бачимо, що та частина польського населення, що побоюється витіснення українськими працівниками польських робить це всупереч раціональним даним, керуючись ірраціональним – почуттям страху та невпевненості у власному майбутньому. Можемо припустити, що нав'язати риторику неприязні до українців чи переселенців з інших країн буде легше саме цій частині суспільства, оскільки пропаганда працює апелюючи до вже сформованих страхів та емоцій, таким чином вводячи в оману. Окрім того, людська природа схильна шукати підтвердження своїх переконань. В цьому випадку поляки можуть шукати інші контексти, не пов'язані з економікою, що демонструють переселенців в негативному руслі та посилювати відчуття негативних емоцій стосовно українців, які живуть в Польщі.

Важко переоцінити й роль мови в повсякденному житті. Вона є ключовим елементом порозуміння між людьми, тому пропагуючи, важливо спілкуватися мовою аудиторії. В іншому випадку повідомлення будуть не зрозумілими, не залежно від того настільки точно вони відображають

реальність. Як пише Г. Роменштейн, який займався протидією радянській пропаганді за часів «холодної війни», слогани пропаганди більше шкодять, ніж допомагають якщо вони потребують пояснення [79, с. 144]. Дійсно, переконуючи чи то індивіда, чи суспільство в цілому доцільно говорити максимально точно та стисло для того, щоб позбавити аудиторію можливості інтерпретацій на свій лад.

1.3. Контрпропаганда: сутність явища

На початку цієї роботи ми вже прояснили походження та значення слова пропаганда, тому для розуміння поняття контрпропаганди залишається з'ясувати значення лише першої частини слова, а саме префікса «контр». В словнику української мови знаходимо наступне визначення: «Префікс, що вживається для творення слів із значенням “протилежний чомусь”, “який протидіє комусь, чомусь”» [38, с. 269]. На підставі цієї інформації робимо висновок, що контрпропаганда – це сукупність дій, спрямованих на боротьбу проти пропаганди та на її спростування.

З історичного перебігу подій відомо, що чи то збройні конфлікти, чи то будь-які інші напружені стосунки між державами виходять далеко за межі відкритої агресії, супроводжуючись натомість стратегією «м'якої сили», що проявляється в пропаганді та протидії їй. Насичена конфліктами політична карта світу минулого та сьогодення є доступним матеріалом для аналізу, оцінки, та найголовніше – уроків з комунікації, які можна застосовувати сьогодні.

Оскільки корені сучасної пропаганди починаються в минулому столітті, з початком світових війн, логічною буде думка, згідно якої витoki сучасної контрпропаганди починалися також саме того часу. Інформація, як елемент війни спочатку застосовувалася в Першій та Другій світових війнах, а згодом і в «холодній війні» між США та СРСР.

Як зазначає історик, який спеціалізувався на ідеології антикомунізму, Г. Роменштейн, під час Другої світової війни Радянський Союз часто ставив своїх британських та американських союзників в незручне становище тим, що

висловлював думки, які суперечили власним діям та фактам. Таким чином Рядянська сторона давала нацистам привід користуватися виявленою брехнею в своїй пропаганді [79, с. 146-174]. Як бачимо, ефективна контрпропаганда не обов'язково повинна ґрунтуватися на спотворенні дійсності вигадками.

Роменштейн також говорить про «холодну війну» між США та СРСР, яка створила відмінне дослідницьке поле для дослідження методів та технік контрпропаганди для обох сторін. Роблячи екскурс в історію «холодних стосунків» між двома країнами, Роменштейн робить висновок про непрактичність створення та розповсюдження фіктивної інформації в американському відкритому суспільстві, оскільки вона однозначно була б виявлена. Та при цьому зауважує, що саме демократичний принцип відкритості й став сильною стороною американців, позаяк світ звик до брехні СРСР й був упереджено налаштований до всього, що вони говорять [79, с. 140]. З цього витікає найважливіший, на нашу думку, принцип контрпропаганди – достовірність інформації, яка поширюється з метою протидії пропагандистам.

Пропаганда та протидія їй є переважаючими елементами сучасних «гібридних війн», які насамперед є високотехнологічними конфліктами. Ці процеси змагального характеру з поширення та спростування інформації також мають назву психологічної війни.

Спеціаліст з комунікативних технологій Г. Почепцов стверджує, що в процесі агресивної комунікації, яка часто застосовується в інформаційних війнах, можна виділити ряд особливостей, які підвищують її ефективність. Перш за все, це спроби максимального зближення з аудиторією та залучення авторитетів для донесення необхідного повідомлення. Автор також зазначає, що практикується позиціонування повідомлення як думки більшості на протигагу маргінальній частині суспільства. Іншими елементом підвищення ефективності пропаганди є руйнування іміджу того, хто займає протилежну позиції та подача певного рішення як того, що сприяє вдосконаленню суспільного, політичного чи іншого устрою [50, с. 51-52]. Додамо, що весь перелік зазначених інструментів часто використовується ЗМІ.

Нами вже був досліджений аспект пропаганди, зокрема російської, який має деструктивний та суспільно-розхитуючий характер. Якщо ще під час Другої світової війни одним зі звичних способів психологічної війни був агітаційний снаряд, тобто одночасне викидання з літака великої кількості агітаційних листівок, то сучасні способи значно ускладнилися, насамперед з технічного погляду.

На зміну традиційним способам впливу на маси виникли нові, одним з них є кібератаки, за допомогою яких зокрема Російські спецслужби завдають серйозної інформаційної шкоди опонентам. К. Ваттс, який консультував американське федеральне бюро розслідувань з питань контртероризму, наводить кілька прикладів вторгнення росіян в інформаційне поле як України та Грузії, так і США. Далі розглянемо його приклади в хронологічному порядку. Що стосується Грузії, то описані ним події стосуються військової кампанії з захоплення території Грузії в 2008 року, Ваттс зазначає, що офіційний сайт грузинського уряду був зламаний як частина психологічної військової кампанії, яку проводив Кремль. Щодо України, то автор згадує 2014 рік – рік виборів президента України, коли проросійському угрупованню «Кіберберкут» вдалося проникнути в кіберпростір Центральної виборчої комісії України, що вчасно помітила українська сторона. Але й після цієї події припинити кібератаки не вдається, Ваттс говорить про те, що як урядові організації, так і структури українського бізнесу страждали від маніпуляцій, що здійснювалися хакерськими атаками протягом 2015-2016 років. Щодо кібератак на США, то на думку Ваттса, росіяни час від часу намагаються викрасти електронну інформацію саме з метою зіпсувати репутацію, розповсюдити фальшиві наративи та завадити кар'єрам людей, які стоять на заваді інтересам Кремля. [86, с. 105-106] Тобто кібератаки з Росії є регулярним явищем з часів науково-технічного прогресу, який їх уможливив та використовуються Кремлем для спроб впливу на особливо важливі події – події міжнародного значення. Не дарма в одному зі своїх рідкісних інтерв'ю колишній радник президента Росії Владислав Сурков говорить, що саме з технологічною революцією пов'язані всі світові конфлікти, а розвиток

надсучасних технологій є пріоритетом Росії [18]. При цьому, як зазначає М. Гессен, Сурков є головним ідеологом політики Путіна [69, с. 56].

«...Колеги з інших держав і НАТО слухали наші описи російських інформаційних технологій як одкровення. Непідготовленість таких розвинених країн дуже мене насторожувала», – так Дмитро Кулеба пояснив суть російських кібератак 2014 року на Україну. Інакше кажучи, верхівка Кремля асоціює високі технології перш за все з військовою перевагою. У зв'язку з цим, розподіл російських ресурсів відрізняється від принципу розподілу ресурсів Західної Європи, які мають більш гуманістичне спрямування.

Пропаганда за допомогою кібератак зазвичай не носить настільки очевидний для суспільства характер, як за участю ЗМІ, що дещо ускладнює й контрпропаганду. Сучасна пропаганда, а відповідно і контрпропаганда часто здійснюється й за допомогою використання соціальної інженерії – науки, яка вивчає поведінку людей.

Розвиток та конкурентоспроможність держав сучасного світу залежить від рівня складності технічних інструментів, які є в розпорядженні державою. Чим досконаліші технології, тим доцільніше назвати суспільство «цифровим» або ж високотехнологічним, що в свою чергу робить його й більш вразливим до кібератак. Українські науковці Ю. Даник та О. Труш, які досліджують зв'язок національної безпеки та високих технологій, говорять про технолонічність, як про ключовий фактор у встановленні міжнародної безпеки з одного боку, а з іншого – як про чинник, що викликає загрозу національним інтересам держав [33, с. 8].

У зв'язку зі специфікою кіберпропаганди, яка часто знищує непотрібні їй політичні елементи чи економічні дані, протидія цій пропаганді є складаним технічним процесом, який вимагає інтелектуального та технічного ресурсу. Виявити та якось їй протидіяти в повсякденному житті практично не можливо, цим займаються державні структури. Й саме монополія держави в протидії цій пропаганді, на нашу думку, відрізняє її від контрпропаганди, що відбувається іншими способами. За цих монопольних умов реакція на російську пропаганду

є процесом, хід якого важко передбачити, оскільки українська влада, як і влади сусідніх країн ЄС, змінюються частково разом з векторами руху держав, а ідеї «руського миру» та її потенційні прибічники у владах цих держав залишаються. Хоча в зону ризику у зв'язку з цим здебільшого потрапляють країни, корупція в управлінні яких є домінуючою філософією державної політики. До того ж для стратегічної протидії потрібна неабияка кооперація державних апаратів та зведення до мінімуму бюрократичних процесів.

Контрпропаганда, як і пропаганда – це комунікативні процеси, які потребують визначення стратегічних цілей. Г. Роменштейн зазначає, що для організації ефективної кампанії з контрпропаганди важливо для початку визначити її цільову аудиторію, а окрім того мати ефективно працюючі державні органи [79, с. 175]. Роменштейн зауважує також, що саму по собі брехню не важко спростувати, але в тому випадку, якщо аудиторія вже піддалася сильній пропаганді, переконати людей в протилежному є справжнім викликом [79, с. 142]. Це важливо враховувати при розробці стратегії кампанії з контрпропаганди. В цьому процесі доцільніше слідувати філософії попередження помилки, аніж її виправлення.

В цьому контексті освіта та її спрямованість на розвиток вміння критично мислити є тим «щепленням», яке робить можливим вироблення імунітету від пропаганди. Не менш важливим є й те, що цей імунітет має бути колективним. В. Елісберг пише про освіту як про інструмент, що дозволяє групі людей чи індивіду робити вибір на власний розсуд, а відповідно, і вибудовувати своє життя. Хоча, на його думку освіта й спонукає людей думати перед тим, як погодитися з чийось баченням з того, чи іншого питання, все ж освіта та пропаганда не є взаємовиключними факторами [67, с. 56]. Таким чином, розглянувши явища пропаганди та контрпропаганди через призму, як історичних так і тих, що відповідають сучасним реаліям прикладів, робимо висновок, що найефективніший спосіб боротьби з пропагандою – це вчасне попередження її впливу на людську свідомість завдяки критичному мисленню.

Мислити критично означає тестувати запропоноване прийняти на правдивість. Тобто сприйнятливість до пропаганди залежить від вміння

ставити під сумнів твердження висловлені іншими, синтезувати інформацію, зібрану з різних ресурсів та на основі неї створювати глибокі уявлення з будь-якого питання. Це навички думати та діяти ефективно та раціонально, що є запорукою добробуту громадян будь-якої демократичної країни. Мислячі критично люди важко піддаються впливу фіктивної інформації.

Як ми вже зазначили, критичне мислення – це навик, що потрібно опанувати, а розвиток цього навичку повинен бути важливим елементом процесу освіти. Оскільки системи освіти значно відрізняються від країни до країни, від міста до міста – спосіб мислення учнів, а як наслідок і ефективність членів суспільства згодом, також відрізняється.

Так Д. Річмонд порівнює азійську модель мислення із західною, роблячи висновок про те, що азійці більш схильні до прагнення бути прийнятими групою. Західна ж модель мислення навпаки орієнтована на повагу унікальності кожного. В азійському соціальному конструкті, де вважається поганим тоном вирізнятися з поміж інших, автор вбачає відображення авторитарної шкільної структури, за якої роль студентів зводиться до того, щоб бути частиною групи, а критика студентами наданого викладачами матеріалу не вітається [78, с. 2-3]. Як наслідок маємо державні системи, як от Китай, які експлуатують своїх громадян, багато з яких не мають жодних проблем з авторитаризмом, відсутністю свободи слова та пишаються своєю здатністю до виготовлення матеріальних благ, називаючи це справжньою силою людей. Бачимо, що навчаючи учнів сприймати все сказане вчителями як абсолютну правду, з якою необхідно погодитися, система заохочує їхню пасивність, яка не провокує здатність сумніватися. Це робить цілу націю схильною до сприйняття пропаганди, хоча й переважно внутрішньої, враховуючи обмеження свободи слова в країні.

На нашу думку, є серйозні підстави говорити про те, що ситуація з розвитком критичного мислення в Україні хоча й не ідентична з Китаєм, але має схожі риси. Процес освіти, як в Україні, так і на більшій частині пострадянського простору, переважно орієнтований на запам'ятовування – дат, назв, імен, визначень, формул. Можемо стверджувати, що це стосується

як шкіл, так і вищих навчальних закладів. Це корінь проблеми будь-якої контрпропаганди, оскільки питання рівня сприйнятливості до пропаганди починається з питання про якість освіти. Так ідея, за якої роздуми є пріоритетом еліти, що бере на себе відповідальність за всю країну та народ дискредитує себе в контексті розмов про контрпропаганду.

Що стосується російської пропаганди на рівні ЗМІ, то вона діє за принципом відлуння, одні й ті самі люди повторюють інформацію знову і знову. Розуміючи, що ці відбиття відлуння необхідно спростовувати, оскільки певна частина суспільства не володіє критичним мисленням, окремі журналісти та громадські діячі розгорнули кампанію з контрпропаганди в інтернет мережі. Хоча російська пропаганда існувала в українському інформаційному просторі й до війни, питання контрпропаганди, на жаль, не було пріоритетом ні державних органів, ні журналістики.

Варто розглянути й поняття філософсько-політичного концепту, що отримав назву постправди. Р. Крейтнер зазначив, що вперше термін був вжитий в 1992 році в есеї сербсько-американського драматурга Стіва Тесича [74, с. 7].

Як зауважив Дмитро Кулеба пишучи про постправду, вона завжди була видимою під час кожної наступної війни, яка коли-небудь була відома людству [42, с. 96]. Світ постправди, тобто світ, де емоції переважають раціональне мислення, а об'єктивні факти затінені позиціями людей з найбільшими мікрофонами не є феноменом виключно сьогодення. Так само безпідставно вважати, що потоки інформації зазнають кількісного послаблення в майбутньому. Навпаки, людина все більше часу проводить в інтернет-середовищі.

Питання захисту правди повинне починатися з усвідомлення того, що ж все-таки є правдою та як її виокремити серед множини реальностей. Розмірковуючи про правду, Кулеба доходить висновку про існування спільної реальності для опонентів. Він говорить про її мінімальність, але при цьому базовість – це загальнолюдські цінності, які є першочерговим критерієм правди, на яку потрібно опиратися. За його словами, не зважаючи на факт

поділу одного цілого, яким є людство, на різні спільноти, єдиним порятунком від симулякрів та післяправди є відповідальне ставлення до спільних правил [42, с. 101]. Але варто пам'ятати, що це хоча й відповідає якоюсь мірою політиці ліберальних країн, та більш схоже на утопічний опис ідеального світу, в якому будь-яка комунікація відбувається з повагою до опонента. Попри всю дипломатичність вище описаної позиції з приводу політичної філософії, така людиноцентрична орієнтація в світі міжнародної взаємодії залишається лише мрією лібералів та романтиків.

В дійсності ж спостерігаємо принцип більшої сили, за якого серйозний діалог на міжнародному рівні ведеться лише між впливовими гравцями. Вони нав'язують свою «картину світу» слабшій решті, якій доводиться або прийняти її, при цьому стратегічно програючи або ж спростувати її та запропонувати свою, що також є складним та болісним процесом.

Не є секретом, що як окремі політики, так і політичні сили часто користуються стратегічними планами, які створюють та допомагають здійснити комунікатори. Це часто талановиті люди й успішні компанії, які спеціалізуються на іміджі клієнта та не звертають увагу на етичну сторону своїх стратегій.

По мірі розвитку технологій змінився і спосіб сприйняття інформації суспільством – з такого, яке читає воно перетворилося на таке, яке візуально сприймає, що, до прикладу, врахувала Росія та інші країни в своїх інформаційних війнах. Поширеним способом фальсифікації інформації є створення відеофейків для спотворення реальності. Як зазначає Кулеба, дослідження, орієнтовані на візуальне сприйняття, виявили сильнішу реакцію людей на динаміку, ніж на статику, чим і користуються гурту сучасної пропаганди [42, с. 134]. Фільми, ток-шоу та інші відеоматеріали – це те, що суспільство на сьогоднішній день споживає в небаченій до цього кількості.

В спробах ефективно спростовувати міфи варто цікавитися нейронаукою – відносно новою міждисциплінарною наукою, яка займається вивченням нервової системи. Контрпропаганда часто має складніші завдання, ніж пропаганда, оскільки виконує подвійну роботу: потрібно як спростувати

сфальсифіковану інформацію та фіктивну суб'єктивну соціальну реальність, яку вона створює, так і переконати повірити в альтернативну, хоча й реальну версію подій. Відстеження результатів когнітивних досліджень та використання цих знань може пришвидшити дію контрпропаганди та зробити її ефективнішою.

Щодо спростування «фейків», то потрібно враховувати «смаки» аудиторії й подавати альтернативну інформацію в тій формі, яку ця аудиторія споживає. В якості прикладу розглянемо український інформаційний простір. Серед журналістів, які розвінчують російські міфи, подані у візуальній формі виділимо Яніну Соколову, яка орієнтована перш за все на російськомовне населення як України, яке переважно живе на сході та в Криму, так і на громадян сусідніх російськомовних країн. В своїй телевізійній передачі «Вечір з Яніною Соколовою» вона робить це з належною «гостротою» слова та гумором. Тобто говорить мовою цільової аудиторії, що є абсолютною необхідністю як для утримання її уваги, так і для розуміння нею повідомлення.

Що стосується контрпропаганди на державному рівні, то побутує небезпідставна думка про необхідність стратегії, яка б ділилася на підстратегії, що б дало можливість впливати на різні групи населення країни. Якщо брати до уваги конкретно Україну, то значна частина українців вже перебуває під впливом російської пропаганди, що значно ускладнює сприйняття ними інформації, яка суперечить їхнім, вже усталеним, поглядам.

Як зазначає дослідниця когнітивної психології О. Шовкова, посиляючись на експерименти вчених-дослідників ілюзій мислення В. Варда та Г. Дженкінса, ефект обрамлення (фреймінг) є причиною того, що одна й та сама інформація може сприйматися по-різному [59, с. 5]. Тобто форма подання не менш важлива за зміст.

В Україні ми спостерігаємо лише точкові спроби протидії пропаганді на державному рівні. Такий стан справ, на нашу думку, може бути зумовленим недостатнім бюджетуванням, неякісною пріоритизацією, низькою толерантністю до ризиків та відсутністю гнучкості, недостатністю

аналітичних інструментів та талантів, які б вміло аналізували дані та розвивали стратегію.

Для того, щоб контрпропаганда була ефективною, необхідно, насамперед, зрозуміти мету пропаганди та спосіб яким намагаються досягнути цієї мети й вже на основі цього розробити комплексну стратегію з протидії. Найбільш дієвим способом боротьби з пропагандою є її попередження або «гра на випередження», яка включає в себе формування реалістичної «картини світу», що можливо за умови застосування критичного мислення.

Підсумовуючи, можна зазначити, що ідеї впливали та продовжують впливати на людей, що живуть в сучасних суспільствах, а пропаганда, за допомогою якої вони втілюються в реальність, займає важливе місце в соціально-політичній системі. До того ж, феномен пропаганди є значно багатоаспектнішим, ніж просто свідоме поширення повідомлень з маніпулятивною метою. А стратегії дій з ціллю пропаганди та контрпропаганди хоча й дещо відрізняються, проте ґрунтуються на знаннях про особливості когнітивного сприйняття людини. Сучасна ж пропаганда позначена ще й тим, що центральним майданчиком для її поширення є онлайн-простір, однією з визначальних характеристик якого є відсутність єдиного центру управління.

РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ В УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

2.1. Міфологічна складова пропаганди: наративи, ідеї, символіка

К. Юнг стверджував, що людина народжується за певних історичних умов, з якими вступає у взаємодію, тобто вона не може не перетинатися з минулим. Схожим чином взаємодіють з різними історичними парадигмами й російські міфи: вони виникають в одному історичному контексті та, за потреби, трансформуються таким чином, щоб плавно нашаруватися на інший. Р. Демчук зазначила, що міф – це «універсальний текст культури» [35, с. 14], до того ж він є основою, на якій тримається російська пропаганда. О. Легеза, досліджуючи концепцію міфу, стверджує, що за Юнгом, міф – тотальна ідеологія, вираження незмінних патернів. Це імператив, що визначає спосіб мислення людей, формуючи їх ціннісну систему [43, с. 55].

Як відомо, міф – це основа будь-якої культури та людської спільноти. Він дає прості пояснення на складні запитання, тим самим упорядковуючи хаос внутрішнього та навколишнього світу. В контексті впливу міфу на сучасний спосіб життя варто згадати Р. Барта та його трактування міфу. Як пише О. Легеза, на відміну від численних дослідників міфу, серед яких К. Леві-Стросс, З. Фройд, К.Г. Юнг, саме Барт розглядає «міф» як «ілюзію, у яку глибоко занурене сучасне суспільство». Авторка зазначає, що для Барта міф складає знакову систему, яка може проявлятися в найрізноманітніших писемних та не писемних формах й завжди направлена на певну групу людей [43, с. 56-57]. Міфи існують в багатьох сферах життя, чи то історія, чи медицина, чи питання клімату. Так дехто вважає, що глобальне потепління насправді є вигадкою, вірусу COVID-19 не існує, а вакцинація викликає аутизм. В цьому підрозділі варто розглянути найпоширеніші міфи, які Кремль з ентузіазмом нав'язує українцям, хоча й робить це не без допомоги українських адептів Кремля, зрештою міфів, якими живе певна частина українського суспільства.

Створених Кремлем міфів не бракує в межах українських кордонів ще й тому, що Україна та Росія має спільну культурну спадщину. Не в останню чергу завдяки пропаганді велика частина українського суспільства живе політичними міфами так, наче вони є правдою.

Кожна держава в міру своїх політичних та економічних можливостей пропагує себе, свої інтереси, свою мову та культуру. Це своєрідне змагання між державами за значимість на політичній карті світу. Оскільки Росія є деякою реальністю, яка часто відстоює свої імперські інтереси мілітарним способом, її пропаганда особливо сильна та агресивна, а хроніки політичних, історичних та культурних міфів мають глибоке коріння.

Використовуючи наративний аналіз маємо намір описати найбільш розповсюджені російські міфи, над поширенням яких працює ціла індустрія. Певну їх частину можемо назвати узвичаєною, чи то – традиційною, іншу ж – відносно новою – це ті міфи, які з'явилися в наслідок Революції Гідності (2013-2014 рр.) та військового конфлікту між державами.

Російська пропаганда в інформаційному просторі України лунала починаючи з часів її незалежності. Серед традиційних розповсюджених Росією наративів є сюжет про «Велику Вітчизняну війну», якою кремлівські пропагандисти пропагують міф про «братські народи», маніпулятивний аспект якого, щоправда, має тенденцію до згасання з кожним новим поколінням. Дається взнаки солідний часовий проміжок між молодим поколінням та самими подіями Другої світової війни, що зменшує сентиментальність у ставленні до них. Це відбувається не зважаючи на винахідливість російських істориків, фантазії яких нерідко відображаються в підручниках, де пропагується макрослов'янська ідентичність. Суть оповіді полягає в тому, що «наші діди воювали» пліч о пліч, як один слов'янський народ, таким чином разом рятуючи спільну радянську країну, і загалом увесь світ від нацизму, несправедливості та рабства. Ми, слов'яни, начебто маємо об'єднатися заради «героїчної слави дідів». При цьому той факт, що добровольців захищати тоталітарну СРСР знайти було важко, а люди добровільно здавалися в полон німцям, сподіваючись на краще життя замовчується. Так само Кремль

замовчує й «фільтраційні табори» через які мали проходити радянські військовополонені.

Насправді ж за риторикою «героїчних вчинків дідів» приховується намір нав'язування Кремлем потрібного йому дискурсу в питанні Другої світової війни. Феномен героїзації, на нашу думку, часто має сумнівні наслідки. Як зауважує К. Флад, політичні міфи не лише розповідають про минуле та сьогодення, вони ще й прогнозують майбутнє та є знаряддям політичної дискусії [57, с. 40-41]. Так за допомогою ретельного приховування правди, яка замінилася міфологемою, влада Кремля узгоджує для українців «картину світу», тобто поєднує минуле з візіями майбутнього Росії, згідно ідей «руського миру».

Міфи про перемогу у «Великій Вітчизняній» є такими, що почали культивуватися в СРСР, але продовжують активно артикулюватися в інформаційному просторі сьогодення. В Кремлі, безсумнівно, розуміють, що події Другої світової успішно стереотипізувалися протягом десятиліть, а засвоєння стереотипів щорічно підкріплювалося військовими парадом з приводу перемоги. І. Костюк підкреслила, що за допомогою святкувань значимих життєвих подій люди намагаються дотримуватися «міфологічної циклічності життя», а засобам масової інформації можна завдячувати розповсюдженням тієї самої культурної продукції, моделей поведінки та міфів. Вона також наголошує на розрізненні міфів за значущістю та масштабністю. [41, с. 40-42]. Так у значимості наративу про «Велику Вітчизняну» для Росії та її adeptів переконуємося й за допомогою інтенсивності, з якою лунає згадана тема – помітно частіше, ніж раз на рік у день пам'яті [2]. К. Флад пишучи про форми, в яких відображаються політичні міфи, згадує й колективні урочистості з приводу пам'ятних дат . [57, с. 40]. Не випадковим й є те, що участь в таких церемоніях часто носить добровільно-примусовий характер, що згодом з примусу трансформується у звичку.

Ю. Бураков зауважує, що ще в минулому столітті війною вважалося протистояння збройних сил двох або більше держав, а її початок декларувався. Сучасні ж військові дії починаються без формального проголошення війни, що

дозволяє їх класифікувати як неформальні війни [32 с. 222]. Посилаючись на Д. Джонсона, науковець М. Банасік наводить ряд відмінностей між традиційними військовими методами та сучасними. Так для війн сьогодення характерним є залучення в територіальне та інформаційне протистояння не лише професійних військових, а й озброєного цивільного населення [62 с. 170]. За таким сценарієм розгорталися події й в Україні, що дозволило Росії паралельно з анексією Криму та війною на Донбасі позиціонувати себе як країна, що допомагає «братському народу», який опинився в складній економіко-політичній ситуації. Представники Кремля заявляють, що зацікавлені в процвітанні економіки України, але говорять, що цьому заважає русофобія української влади, яка начебто йде наперекір інтересам свого народу. Путін зауважує, що така «ненормальна ситуація», очевидно маючи на увазі воєнні дії за участю російських військових на території України, продовжуватиметься незважаючи на потенційну зміну влади в Кремлі [15]. Таким чином констатує той, для великого прошарку суспільства прихований факт, що для припинення війни Україна має погодитися з ідеєю «руського миру», а відтак приймати рішення, що не суперечать російським інтересам. Окрім того ситуацію ускладнює відсутність якісної гуманітарної політики та чіткої візії майбутнього, без неї Україна, на нашу думку, не здатна ефективно протистояти створеному Росією та широко прорекламованому імперському проєкту.

В. Елісберг зазначає, що людська мотивація має множинний характер, оскільки людина, як правило, належить до багатьох соціальних груп, з якими пов'язана більшою чи меншою мірою. За його твердженням, однією із задач пропаганди є спрощення та зменшення множинності мотивацій, чим замається саме політична пропаганда. Елісберг наводить історичні приклади А. Гітлера та Б. Муссоліні, які за допомогою терору та підступності боролися з опором індивідуальностей та груп, щоб сформувати потрібні з точки зору ідеології погляди мас [67, с. 57]. В контексті ж російсько-українських стосунків спільним знаменником для двох країн у відносно недавній час був Радянський Союз. Серед множинності груп головне місце належало причетності до

радянської держави й горде звання «радянська людина». Вождем пролетаріату в особах Леніна та Сталіна вдалося насадити почуття гордості за цю приналежність.

Елісберг також говорить про те, що частина успіху спеціаліста з реклами полягає в тому, щоб зрозуміти як його наміри перетинаються з мотиваційними конфігураціями вже існуючих груп та осіб, які до них належать [67, с. 57]. Схожим чином популяризувався й наратив про «братній народ», який з більшим ентузіазмом сприймається поколінням, яке хоча б якийсь час жило в СРСР. Хоча Радянського Союзу вже давно не існує, частина українців, переважно старшого віку, відчують ностальгію за приналежністю до «великої держави». Це розуміє й застосовує в своїх маніпуляціях Кремль, втілення ідеї «руського миру» цілком задовольнило б бажання жити в країні великих масштабів. Для деякої категорії населення, як і для Кремля, питання змісту цих масштабів далеко не першочергове. Хоча на прикладі Криму бачимо, що наратив про велич Росії втілювався ще й у фінансових обіцянках, як от збільшення пенсійних виплат та загального покращення економічних перспектив. Саме ці привабливі економічні пропозиції, як доречно зауважив М. Глаусіс, сприяли бажанню кримчан отримати російські паспорти [70, с. 193].

Б. Петерссон влучно звернув увагу на залежність легітимності влади з точки зору суспільства від емоційності політичного міфу, до якого апелює ця влада. Він стверджує, що політичні міфи створюються на основі тих цінностей, які є найважливішими для людей. Петерссон також помітив взаємозв'язок цінностей та емоцій, які вони викликають з легітимізацією суспільством дій політичного лідера [64, с. 239]. Так, ми бачимо, що ще до російсько-української війни певна частина українського суспільства, вбачала тісну співпрацю України з Кремлем політичним пріоритетом.

Путін, очевидно, сприймався ними таким, що приймає цілком легітимні рішення. Він для них сильний лідер, який поділяє їхні цінності та діє у відповідності до того, щоб відстояти їх. За словами Петерссона, цей лідер має бути харизматичним та переконливим оповідачем, що є ключовим елементом

здатності переконувати маси [64, с. 241]. У випадку з Кремлем міфи лунають далеко за його межами, а оповідач міфів всім відомий, хоча й сприймається лише специфічною аудиторією.

Ще кілька років тому звичною справою був показ численних російських фільмів та серіалів ледь не на всіх українських телевізійних каналах, які повсякчас висловлювали українофобські репліки. За словами Г. Почепцова, вдалим рішенням для пропаганди є надання переваги візуальним знакам, оскільки вони краще запам'ятовуються та краще зберігаються в пам'яті [50, с. 198]. Хоча й ефір радіостанцій також був переповнений контентом російських виконавців, музичні продукти яких лунали частіше за будь-які інші. Інформаційний простір України містив значно більше російського контенту, аніж українського й вже самим цим фактом створював ілюзійне враження про відсутність принципової відмінності між двома культурами, а відповідно й народами. Ситуація почала змінюватися лише з початком російсько-української війни на сході України, яка розвіяла фантазії великої частини громадян України про пріоритетність тісної співпраці з РФ перед країнами Європейського Союзу. За результатами соціологічного дослідження, ще в травні 2013 року майже третина українців (31%) висловлювала бажання приєднатися до Митного Союзу. У березні ж 2015 року кількість прихильників вступу знизилася до 12,6% [36, с. 2]. За результатами дослідження бачимо, що громадська думка змінювалася поступово по мірі розгортання подій, що слідували Євромайдану, відображаючи негативне ставлення щодо втручання Кремля у питання внутрішньої політики України. Таким чином за допомогою військового конфлікту з Україною, Кремль, значно ускладнив собі просування традиційних наративів «руського миру».

При цьому, все ж не зупиняючи поширення традиційних міфів, Кремль проклав собі шлях до створення новітніх міфів, які б узгоджувалися з сучасним розвитком подій. Це міфи, які були спродуковані за часів незалежності України й переважно слідували подіям Революції Гідності. І. Костюк пише про міфологію як про явище, яке попри всю свою різноманітність містить схожі образи та сюжети. Художню досконалість та

глибину думки, на переконання авторки, забезпечує складний шлях викристалізовування міфу [41, с. 38]. Можемо погодитися, що російські міфи, які почали процес свого формування століттями тому, ще за часів Феофана Прокоповича, частково відповідають характеристиці проникливості думки, відтак фактично є натхненням для прихильників ідей «руського миру».

Після революційні ж історії, які намагається просувати Кремлівська влада є лише імітацією міфів, вони поверхневі, примітивні та не мають цілісної структури. Таке спрощення фрагментарністю не є їх недоліком, оскільки це тимчасові наративи, метою яких є відволікти від реальності й перешкодити солідарності в суспільстві з приводу російсько-українських стосунків. До того ж їхню потенційну цільову аудиторію важко назвати пошановувачами міфів, радше прихильниками конспіраційних теорій, на кшталт тих, які ставлять під сумнів правдивість глобального потепління та вірять в інші всесвітні змови

Серед найпопулярніших конспіраційних теорій можемо виділити наступні: терористичний акт у вересні 2001 року – справа рук самих американців, світом керують секретні спільноти, висадки людини на Місяць є міфом. Такі теорії можуть використовуватися як інструменти «знеболення» в пропаганді. Якщо людина не готова сприйняти жорстоку «картину світу», то її можна прикрасити так, щоб вона відповідала вже сформованому нею світогляду. Отже причиною чому люди вірять в конспіраційні теорії може бути наступне: вони створюють просту структуру складного та заплутаного світу. Поглянемо, що з цього приводу пише Костюк: «Між тим, людина схильна приймати релігійні та інші міфи на основі своєї родової, етнічної чи культурної приналежності та психологічної схильності, а не тому, що доведена їхня істинність» [41, с. 39]. Повертаючись до тези про критичне мислення як спосіб протидії пропаганді, варто звернутися до статистики, яка відображає кореляцію між рівнем освіти та вірою «на слово», якою є віра в різні загадкові теорії, що не мають доказів.

Важливим є зазначити, що й традиційні й новітні російські наративи дійсно мають спільні образи й сюжети. Образ Росії завжди постає в «позитивному світлі», сюжети обертаються навколо порятунку світу –

спочатку від «загниваючого Заходу» та фашистів, потім від «карателів» та «гріховних законів». Згодом Кремль почав «рятувати світ» і від вірусу COVID-19, відсилаючи російських «вірусологів» та свою міжнародну гуманітарну допомогу в кілька країн. Щоправда остання виявилася непотрібною, а «вірусологи», насправді були військовими, зазначається в розслідуванні українського інформаційного агентства Міністерства оборони України [27].

Одним з таких новітніх міфів є міф, який говорить, що Євромайдан розпочався з ініціативи Сполучених Штатів Америки, оскільки в її інтересах було спровокувати конфлікт між Росією та Україною, щоб посварити «братські народи» та використати це протистояння в своїх інтересах. «Новий міф постає у вигляді хибної мобілізуючої структури, здатної безболісно вписувати людину та маси в соціальну реальність, створюючи при цьому у своїх прибічників враження істинності та стану психологічного комфорту.» [41, с. 43-44] – стверджує Костюк, описуючи міфи сьогодення. Дійсно, потоки вигаданої паралельної реальності не лише заспокоюють прибічників теорії «братніх народів», такі маніпулятивні інтерпретації закликають ставитися з недовірою до «ворожого світу», тобто до того, який в своїх інтересах намагається посварити «споконвічних братів». Це наступний пазл «картини світу» до засвоєння українцями якої прикладає сили Кремль.

Часто такі сценарії артикулюються проросійськими пропагандистськими телеканалами, які ми згодом перерахуємо, та які запрошують так званих експертів з геополітики для інтерпретації ними причинно-наслідкових подій в країні [19]. Як правило гості пропагандистських студій – це одні й ті самі люди, проросійська позиція яких наперед відома як ведучим, так і постійним глядачам, які знову й знову потребують підтвердження своїх думок в силу їх поверхневості. При цьому під час дискусій помітна заангажованість ведучих підважує журналістські стандарти. Інформація подається під певним кутом зору, ведучі інформаційних програм чітко виставляють оцінки ситуаціям.

Наступним розповсюдженим міфом є міф, що продовжує попередню тему токсичних стосунків України з США. Згідно міфологічного сюжету,

напрямок політичного руху України керують США за допомогою своїх агентів, яким вдалося проникнути в українську владу, при цьому важливі для країни рішення приймаються не на її користь. Для розуміння різниці між російським пропагандистським сюжетом та інформаційним сюжетом пропонуємо розглянути два ролика, які висвітлюють одну подію. Перша новина створена каналом «ZIK» і розміщена під нейтральною назвою: «У Києві пройшла акція протесту під посольством США» [21]. Репортери цього сюжету беруть інтерв'ю в організаторів протесту, зрозуміло, що їх промови як годиться сплановані, тому тези, серед яких чуємо про державний переворот, спланований в посольстві США та убивчі вимоги Штатів до України звучать впевнено, так як вони могли б звучати з театральної сцени. Після того, як інтерв'ю організаторів скінчилися чуємо студійний закадровий голос журналістки, що перелічує вже згадані «убивчі для України вимоги» без посилань на позицію організаторів чи будь-якої іншої сторони. Тим самим закадровий голос претендує на голос істини, чи то констатацію фактів, жодним чином не аргументуючи свої слова, тобто безпідставно. Окрім того, мова закадрового голосу просякнута мовними заполітизованими кліше, як от «провальна медична реформа», «збільшення пенсійного віку», «підвищення вартості комунальних послуг» знову ж таки без жодних доказових матеріалів. Так без будь-яких глибоких знань з питань міжнародної політики, лише за допомогою критичного мислення легко розпізнати маніпулятивні наміри творців цього сюжету. Розглянемо інший сюжет, зі схожою назвою: «У Києві під посольством США мітинг: поліція перекрила підходи» [20]. Репортер пояснила причини акції, які озвучили організатори та взяла інтерв'ю в учасників різного віку, які не могли пояснити проти чого саме вони протестують. Отже, бачимо, якщо в другому відео складно спростувати слова репортерки, то в першому складно підтвердити будь що зі сказаного закадровим голосом.

Україна – двомовна, мова дійсно є зброєю й розповсюдженим маніпулятивним інструментом, що застосовується в широкому спектрі політичних питань. На фоні двомовності українців питання про мову з

впевненістю можна назвати контроверсійним. Дискусія з цього приводу викликає шквал емоційних реакцій політиків, діячів культури та середньостатистичних громадян. Саме здатність мовного питання бути сильним емоційним подразником робить цю тему ідеальним інструментом введення в оману. Так, вже згадані експерти з геополітики з'являються в ефірі одного з проросійських каналів в якості експертів з мовного питання [25], протестуючи проти міфічних утисків російської мови. Російська пропаганда, як і будь-яка інша, частково ґрунтується на беззаперечних фактах, так політолог-піарник О. Лазарєв, виступаючи в ролі мовного експерта, говорить про культурні та релігійні відмінності Галичини та решти України. Очевидно, що це так. Далі він наголошує на тому, що ця різноманітність робить Україну сильною. Це, звичайно, не можливо виміряти за допомогою формули чи якогось точного приладу, можна лише знайти аргументи, які імпонують цій тезі або ж навпаки – заперечують її. Та важливо в апеляції до «сили культурної різноманітності» те, що це мовний штамп, який приємно чути, оскільки він викликає захват від потенціалу його втілення, яке нібито скасовується узаконенням захисту державної мови. При цьому будь-які спроби узаконити захист використання державної мови Лазарєв називає нав'язуванням кута зору. Бачимо, що він використовує факти про полікультурність українського простору, але при цьому вписує їх в потрібний йому маніпулятивний контекст, що дійсно робить його експертом, але не з мовних питань, а в значно ширшому значенні – експертом з пропаганди. Зрештою, гості мають право на свою суб'єктивну точку зору, питання в іншому – відсутність альтернативного погляду, якого не доводиться очікувати на телеканалах, сенсом існування яких є пропаганда. При цьому четверо ведучих, що сидять на фоні символіки України намагаються створити враження дискусійності та патріотичності розмови.

Одним з міфів, за допомогою якого Росія виправдовує втручання в українські справи є міф про Росію як хранительку моральних та сімейних цінностей. За словами Б. Петтерссона, Путін не може допустити розповсюдження лібералізму Європейського Союзу, тому змушений

протистояти Західному світу, який в російській політичній дискусії іменується «Гейропою». Петтерссон влучно говорить, що Путін позиціонує себе захисником традиційних цінностей, які опинилися під загрозою як від зовнішніх атак, так і від внутрішніх елементів [64 с. 245]. Так Росія пропонує альтернативу нетрадиційним гендерним ролям, які західні сили начебто нав'язують за допомогою ворожих змов. Красномовний приклад такого сюжету має назву «Лесик: Пропаганда ЛГБТ-цінностей недопустима в Україні» [8], в якому гість ефіру говорить, про пропаганду ЛГБТ як про те погане, яке українці почерпнули від Європи. Він називає це атакою на православно-слов'янські цінності, натомість пропонує припинити політику ненависті до ближнього братського російського народу.

З численних виступів офіційних представників Кремля та псевдодокументалістики, що часто виготовляється на їх замовлення, складається враження про Україну як націоналістичну державу, в якій немає місця для мови та культури національних меншин. Більше того, українців які організували Майдан зображують як жорстоких та несправедливих людей, що підтримують крайні форми націоналізму. При цьому говориться, що вони не лише не здатні толерантно ставитися до етнічних росіян, а й влаштовують полювання на них з метою примусової українізації. З іншого боку, так зображується лише маргінальна частина населення, яку пропагандисти називають бандерівцями й діяльність яких нібито фінансується США. Більшість же українців, як стверджують численні випадки розповсюдження цього наративу, цілком хочуть зміцнити стосунки з Росією.

В останні роки почастишали випадки трактування росіянами війни на Донбасі як геноциду. Т. Бевз у своїй статті «Українці і росіяни під прицілом російської пропаганди» згадує випадки, коли вкладаючи значні фінансові ресурси в пропаганду Кремлю вдалося організувати якусь частину європейців для антиукраїнських «акцій протесту». За допомогою ЗМІ акції та російська риторика, притаманна їм, набули значного розголосу [26 с. 152]. Це приклад того, як попри відсутність доказів народжені Росією фейки знаходять свою підтримку за допомогою значного фінансування.

Що стосується символіки «руського миру» та всього, що з ним пов'язано, то тут доречно звернути увагу на образ георгіївської стрічки. Він є розповсюдженим та значимим символом як на теренах Російської Федерації, так і на окупованих територіях України. В. Космина в своїй статті «Конструювання української “реальності” в комунікативних системах Росії: теорія і практика 2014 року» розглядає кампанію з популяризації стрічки на теренах України як протест проти проєвропейського вибору українців, що проявився Памаранчевою революцією в 2004 році. Авторка стверджує, що російське суспільство неоднорідне і єдиною датою, навколо якої можна було гуртуватися став День Перемоги з консолідуючим знаком, яким зробили «Георгіївську стрічку» і яку позиціонують як символ перемоги над фашизмом [40 с. 22]. Дійсно, й під час окупації Криму росіянами, і на території військових дій на Донбасі стрічка активно використовувалася не лише самими росіянами, але й так званими «народними ополченцями». До того ж, такий символізм підсилював вище згаданий наратив про українських фашистів-бандерівців, що приїхали убивати мирних жителів Донбасу. При цьому насаджувалася думка, що українською владою, яка нібито зреклася від символу перемоги, заохочується радикальна українізація.

Підбиваючи підсумки, зазначмо, що для всіх наведених міфів притаманним є протиставлення добра та зла. Росія постає в образі країни, що поширює та примножує добро, відповідно всі дії Кремля виправдовуються владою як такі, що вчинені в ім'я добра. Західний світ постає в образі зла, й таким, в якому відсутня моральність: він розпусний, споживацький та гріховний.

Сучасний культурний та політичний міф – це феномен, який є аспектом повсякденності людини. До того ж, як зауважила Р. Демчук, в російських міфах проявляється колективне несвідоме російської нації [34 с. 66]. З боку Росії міфи розповсюджуються цілеспрямовано, їхнім завданням є заволодіти свідомістю людей для можливості розпоряджатися ними. Російські міфи є ланками одного ланцюга, що має підтримувати в робочому стані механізм під

назвою «руський мир». Зв'язує цей міфічний вузол наратив про «братні народи», навколо якого утворюються все нові й нові міфи.

Говорячи про міфи в контексті пропаганди, важливо згадати й про таку важливу складову пропагування як систематичність. Так на пропагандистських ресурсах в якості експертів бачимо лише людей, про-російські позиції яких відомі як ведучим так і постійним глядачам. Досліджуючи політичний міф, Р. Демчук зазначила, що його завдання полягає в тому, щоб маніпулюванням інформацією непомітно занурити людину у «специфічну міфологічну реальність» [35 с. 16]. Що ж стосується подібних передач, то вони якраз є тим церемоніальним простором для маніпулювання. Це таке собі замкнуте середовище – продукт споживає специфічна аудиторія – люди, «картина світу» яких страждає від спотворення «монологізмом пропагандистського багатоголосся».

2.2. Монологічний характер спекуляції інформацією та його прояв

Нами вже було з'ясовано, що пропаганда є найбільш дієвою в тому випадку, коли відсутній діалог. Для цього її «голос» має лунає переконливо та гучно, створювати ефект відлуння замість пошуку альтернативних думок.

Діюча російська влада відома своїми політичними переслідуваннями як опозиційних сил та представників медіа, так і протестно налаштованих громадян. На прикладі інформаційного простору України, який є значно демократичнішим за аналогічний простір РФ, бачимо, що російська пропаганда все ж зберігає один з ключових принципів своєї ефективності, а саме – відсутність діалогу.

Оскільки монологом вважається мовлення однієї людини, трансляцію вже згаданих російських міфів можна назвати «монологічним багатоголоссям». Монологічним – тому, що всі згадані міфи артикулюються та ретранслюються таким чином, щоб будь-якою ціною уникнути діалогу. Багатоголоссям – тому, що пропагандисти намагаються уникати діалогу

витончено, а отже й непомітно. Вони його імітують таким чином, щоб в кінцевому результаті створити у глядачів враження єдино правильної відповіді на запитання. Відповіді, яка сформувалася в ході пародії на обговорення.

Зазвичай ціна такої форми подачі інформації проявляється в підваженні норм та принципів журналістської професії. Крім того, агресивна поведінка Кремля відобразилася й на питанні цензури. З одного боку існують гарантії Конституції України, яка має забезпечувати право на свободу думки і слова. З іншого – російська пропаганда причетна до процесів, за яких руйнується унітарність Української держави, а з нею й будь-які гарантії Конституції. Так в лютому 2021 року Рада національної безпеки і оборони України прийняла рішення про санкціонування цілого ряду телевізійних каналів. Рішення було введено в дію президентом Володимиром Зеленським й чинне наступні 5 років. До списку заборонених каналів потрапили: «112-Україна», «NewsOne», «Zik — Новий формат», «Аріадна ТВ», «ТВ Вибір», «Партнер ТВ» та «Лідер ТВ», «Телерадіокомпанія 112-ТВ», «Новини 24 години», «Нові комунікації». Через деякий час після введення санкцій журналісти згаданих каналів утворили «Перший незалежний», який замінив заборонені канали, а відтак взяв на себе роль головного проросійського мовника. Як зауважує Костюк, людина схильна до втечі від дійсності й зазвичай не усвідомлює міфічне середовище свого способу життя [41 с. 44]. Одним зі способів втечі є телебачення, а перелічені вище канали гарантували альтернативний світ - світ оповитий загадками в тих місцях, де зіткнення з реальністю є травмуючим.

Ось якої думки український дипломат Дмитро Кулеба щодо пристосування до нової слабко врегульованої реальності, якою є мережа інтернет та кабельні мережі: «Перспектива перемоги над агресором вимальовується лише тоді, коли усталені норми адаптують до потреб війни, а простір без правил отримує правила поведінки» [42, с. 115-116]. Незважаючи на виготовлення деструктивних передач з ретрансляцією російських наративів, вище перелічені заборонені ЗМІ офіційно є українськими, як і виготовлені ними продукти. Головною характеристикою пропагандистських каналів є те, що інформація подається дуже вибірково й з певною метою.

Факти ніби екстраговані й існують окремо від контекстів, формуючи цілком нове, штучно створене середовище. Необачністю, яка б мала свої наслідки, було б ігнорування Україною потужних ресурсів з пропагандою ворога. При цьому важливо, щоб ця проблема балансу між свободою слова та контрпропагандою лунала в публічному дискурсі.

Як конкретний приклад монологічного характеру російської пропаганди, розглянемо одну з рубрик каналу «Страна.ua» під назвою «ЯсноПонятно». Її ведуча, Олеся Медведєва, оновлює контент кожного дня, а іноді нові передачі з'являються по кілька разів на день. Глядацька аудиторія вимірюється десятками тисяч, судячи з коментарів, солідарних зі змістом сказаного глядачів. Її версія інтерпретації подій є втіленням одного з елементів російської пропаганди, а саме прагнення дегуманізації населення України. За допомогою медіа авторка доносить меседжі, згідно яких українською владою здійснюються шкідливі для економічного благополуччя українців кроки. Це має підбурити глядачів до протесту проти дій органів державної влади. Монолог авторки швидкий та впевнений, а якщо на канал і запрошують гостей, то лише тих, що ретранслюють російську пропаганду.

До прикладу, одним з гостей Медведєвої є колишній прем'єр міністр Микола Азаров, окрім відео матеріал вийшов і в друкованому вигляді із заголовком «Порошенко обіцяв Януковичу повну підтримку ЗМІ в обмін на пост міністра» [11]. Запрошений гість звинувачує Євромайдану у втраті Криму та початку війни на Донбасі, просуває повідомлення про американську владу та її колоніальне управління, що здійснюється над Україною, не оминає він і теми загрози «бандерівщини». Інтерв'ю таких сюжетів не схожі на інтелектуальні потуги з метою «витягнути» з гостей все, включаючи те, чого вони повідомляти не хочуть, як це передбачають професійні розмови журналістів з політиками. Навпаки – це безпечна для обох сторін співпраця, ведучі та гості, як правило, знаходяться на одному боці «барикади». Від гостя ж очікують почути лише те, що він мав намір повідомити. Сенс його меседжу відомий інтерв'юерам заздалегідь, саме передбачуваність та солідарність стають головним критерієм при виборі гостя. Таким чином відбувається

мультиплікація одного й того ж наративу, що своєю чергою має на меті не лише створити враження актуальності та важливості артикульованих тем, а й нав'язати кут зору щодо них за допомогою озвучування оповіді вустами різних людей.

Інтерв'ю такого типу доцільніше назвати узгодженими монологами двох людей ще й тому, що вони не мають нічого спільного з психологічною грою, тобто процесом завоювання довіри гостя з метою дізнатися щось нове. Інакше кажучи, монолог відбувається не за формою повідомлення, а за сенсом.

Дослідимо ще один сюжет: згадана вже ведуча оприлюднила опитування з приводу того чи варто називати вулиці іменами Бандери та Шухевича [5]. Щоправда опитуванням громадської думки, яке мало б репрезентувати різні вікові категорії це відео називати складно. Переважна більшість опитаних – люди, які виправдовували свої негативні відповіді на запитання ідентифікацією себе як таких, що були виховані Радянським Союзом. Від одного опитаного чуємо, що «історію не переробити», що свідчить про те, що його думка, як і більшості опитаних, вже сформована радянською країною, пропагандистська машина якої була надто сильна аби змусити засумніватися тих, які вже потрапили під її вплив. Відео не зняте одним кадром, а змонтоване, найбільший інтерес ведучої викликали люди, які висловлювали свою незгоду з роздратуванням та ентузіазмом. Зйомки одним кадром – це непередбачуваність кожної наступної висловленої думки, що порушує один з принципів пропаганди, а саме відсутність іншого кута зору. Така очевидна вибіркковість робить це опитування зразком ще одного монологу, який можна назвати монологом радянських свідомостей або монологом киян старшого покоління.

Ось ще один приклад опитування, цього разу знято одним кадром, але при цьому актори залишили лише потрібні слова опитаних, а все, що вважали зайвим заглушили при монтуванні [13]. Відео створене за тим принципом, що й попереднє: знову відсутність молоді. Примітно, що місцем опитування було обрано ринок, що свідчить про те, що ведучих цікавить думка лише бебі-

бумерів, адже їхні «картини світу» доволі легко передбачити. Знову діалогу не вийшло, лише імітація.

Іншим форматом, який часто застосовується для симуляції дискусії є так звані ток-шоу, вони є особливо популярними на вже згаданих заборонених в Україні каналах. Розглянемо один з випусків телеканалу «Zik», в якому четверо гостей та двоє ведучих намагаються створити враження того, що на ефірі обговорюються проблеми пов'язані з мовним питанням [14]. Традиційно для каналу, одним із гостей є Олександр Лазарєв, перегляд ефірів за його участю робить очевидним те, що він є типовим ретранслятором російських наративів. Серед учасників імітації дискусії є й вже згадана журналістка Олеся Медведєва, яка, як ми дослідили, займається ретрансляцією російських наративів на іншому забороненому каналі, сіючи паніку серед населення. Заангажованість ведучих очевидна, оскільки лише одному з гостей, а саме Андрію Ілленку, який, як з'ясувалося, має відмінну від решти присутніх в студії думку, ведучі ставлять запитання, не даючи при цьому змоги відповісти та створюючи суперечку. Водночас інших доповідачів вони уважно слухають, оскільки їхні слова сприяють дегуманізації населення, тобто відповідають меті ефірного часу.

Г. Набокова, яка дослідила причини привабливості ток-шоу на суспільно-політичні теми, зазначила, що цей жанр є, перш за все, плідною інтелектуальною співпрацею завдяки своїй полемічності. З цього приводу авторка навела слова В. Здоровеги, який вбачав цінність формату ток-шоу у прагненні віднайти істину та консенсус в результаті зіткнення протилежних поглядів [47, с. 156]. Пропагандистські ж ток-шоу відрізняються тим, що монополія на найбільший мікрофон належить ретрансляторам наративів. На прикладі, що наведено вище, бачимо, що троє гостей створюють нагнітаючу атмосферу, в той час як двоє ведучих стимулюють та заохочують, щоб розмова розвивалася саме в такому дискурсі. Гість з меседжем відмінним від позицій каналу має лімітовану можливість донести свою думку, таким чином метою програми є не лише створити в глядачів враження того, що певний кут зору підтримується більшістю, а й дискредитувати інший кут зору за рахунок

прихованого маніпулювання доступом до мікрофону. Оскільки замаскованість пропаганди є ключем до її успішного сприйняття аудиторією, в наступному розділі вважаємо доцільним розглянути найбільш придатні до сприйняття, за цим критерієм, культурні простори.

Як підсумок зазначимо, що чим більш повна інтерпретація дійсності пропонується нараторами, тим більші їхні перспективи переконати. Це, вочевидь, розуміють представники Кремля та всіляко намагаються нашаровувати все нові й нові міфи на вже існуючі. Деякою мірою спроби нав'язати українцям імперську «картину світу» є успішними. Це можна пояснити злагодженістю між собою окремих елементів одного світогляду, що значною мірою спрощує сприйняття. Але з іншого боку, до кожного з множини світоглядних компонентів можна поставити й відповідну кількість запитань. Для того, щоб цих запитань було менше, ретранслятори російської пропаганди намагаються регулювати суспільну думку за допомогою прихованого ексклюзивного права на голос. При чому цей голос не лише є, а й прагне бути максимально суб'єктивним.

РОЗДІЛ III. ТИПОВІ ОСЕРЕДКИ ТА ЗАСОБИ ПОШИРЕННЯ ПРОПАГАНДИ

3.1. Інститут церкви як потужний осередок російської пропаганди

Звісно не лише православ'я, яке розглянемо в цьому підрозділі має значний вплив на настрої в суспільствах та вектори руху держав. Будь-яку релігію за бажання можна перетворити на політичний інструмент. На прикладі Польщі можемо спостерігати те, який потужний вплив має Католицька церква, що є домінуючою в межах країни, на прийняття рішень урядом. За даними опитувань поляки є досить релігійною нацією абсолютна більшість громадян сповідують католицизм, окрім того католицизм є вагомою частиною польської ідентичності. Суперечність прийнятих законів фундаментальним принципам багатьох європейських країн є підтвердженням того, що голос католицизму дійсно має значення. Саме він формує суспільство й пливає на закони, хоча офіційно церква відділена від держави. Схожу ситуацію спостерігаємо й з Російською церквою на теренах України. В минулому вірусмейкерка та дійсна тренерка з питань інформаційної гігієни О. Мороз наголосила на виключному вмінні священнослужителів організовувати комунікацію так, щоб максимально заволодіти умами пастви, а отже впливати на прийняття ними рішень. Вона стверджує, що церква, попри стереотип традиційності, все ж обирає ту платформу для комунікації, яка дає змогу донести свою позицію якнайширшій аудиторії, тобто за допомогою медійних ресурсів [46, с. 119].

В сучасній геополітиці Росії важливу роль відіграє феномен «soft power». Що стосується Кремля, то М. Солік та В. Баар розуміють цей термін як щось різнорідне, що важко досягнути без заглиблення у відповідний контекст [83, с. 16]. Дійсно, механізми впливу Кремля явище комплексне, в якому задіяна так звана риторика величч, як-от «великі російські письменники», «могутня культура», «велика й могутня російська мова», «Росія – центр світового православ'я». Ці кліше є такими, що часто артикулюються в політичному та культурному просторах переважно російськомовного світу.

Для того, щоб поділяти ідеологію «руського миру» не обов'язково бути росіянами – це бренд, який не має кордонів. Риторика величі начебто закликає приєднатися, говорячи, що ось є історія, література, й загалом культура, цінності, якої є вищими за Західне споживацтво.

Серед засобів впливу виокремимо мову та віру, оскільки вони є опорами кремлівських потуг для розповсюдження ідеології «руського миру», офіційним представником якої є зареєстрований фонд з аналогічною назвою. Фонд був створений Путіним в 2007 році й має на меті популяризувати російську мову та культуру. На сайті фонду зазначається, що «руський мир» – це глобальний та географічно сегментований проєкт, успіх якого має бути досягнутим в тому числі й через співпрацю з Російською православною церквою [24]. Як помітив Т. Бремер, концепція «руського миру» стала ще важливішою з початком останніх подій в Україні [65, с. 44], очевидно маючи на увазі російську військову агресію проти України. С. Топалова зазначила, що змістовно концепція є осучасненою ідеєю слов'янофілів, які вважали Росію центром об'єднаних слов'янських народів [55, с. 135]. Символічно, що саме московська влада відрізнялася неабиякою активністю щодо просування ідеології. Це відбувалося зокрема й серед російських діаспор, оскільки як російськомовні середовища, вони мали стати опорою для «руського миру» [55, с. 136].

С. Топалова наголошує й на тому факті, що українські науковці довгий час оминали дослідження концепції «руського миру». В статті «“Русский мир” та радянський комуністичний міф: нова форма при незмінному змісту» авторка аналізує ідеологічні засади «руського миру» та зазначає, що її ідеологом став П. Щедровицький, ідей якого згодом розвинув ряд інших теоретиків. Топалова вбачає різку появу adeptів міфу про «руський мир» в їх трансформації з колишніх прибічників радянського міфу [54, с. 114-115].

Творці сайту фонду попіклувалася й про те, щоб ідеологічні осередки «руського миру» можна було з легкістю знайти, – на сайті фонду є каталог зі всіма «пропагуючими точками», які посортовані за країнами. В списку є заклади освіти, ЗМІ, громадські та релігійні організації, серед яких знаходимо

й УПЦ МП. Всі перераховані в каталозі учасники мають робити свій внесок в збереження та популяризацію російської мови і культури за кордоном та підтримувати громадські і культурні потреби співвітчизників за кордоном. Саме цей пункт важливо пам'ятати читаючи подальший текст, оскільки він власне спростовує будь-яку ключову ідеологічну чи світоглядну відмінність між УПЦ МП та РПЦ вустами РФ. Таким чином, пишучи про УПЦ МП, вважаємо доцільним ідеологічно та змістовно прирівнювати її до РПЦ, тому взаємодія в тексті цих фіктивно розрізнених організацій є просто необхідною. Все тому, що для священників РПЦ проповідувати імперську Росію, неодмінно з Україною в своєму складі, є не менш важливою роботою, аніж вірити в Бога. Особливо активно проповідники діють на пострадянському просторі й в Україні відомі як УПЦ МП.

Хоча варто зазначити, що Україна не виключення, М. Солік та В. Баар описують схожу ситуацію нав'язування цінностей в Молдові, де Кремль прагне вкоренити власну геополітичну вищість, використовуючи релігію, як інструмент політичного впливу [83 с. 28-29]. Ми підтримуємо їхню точку зору стосовно російської церкви як такої, діяльність якої позначається на політиці, й зокрема геополітиці і за допомогою наведених прикладів прояснимо свою позицію.

Отже, в контексті російської пропаганди в Україні, Російська православна церква заслуговує на особливо прискіпливий погляд, адже вона робить все для того, аби не випускати Україну з релігійно-політичного «поля зору». Такої ж думки дотримуються й М. Солік та В. Баар. Автори стверджують, що РПЦ і релігійний фактор мають надзвичайну вагу в питаннях міжнародної політики РФ [82 с. 191]. До того ж, це вже давня традиція, згідно з якою провідники російської церкви відстоюють політичні інтереси Росії. Росія використовує довіру людей до інституту церкви з метою нав'язування політичних переконань, і робить це далеко поза межами РФ. Та оскільки Україна є секулярною державою, очікується, що церква мусить бути за межами політики. Це пояснює надзвичайно високу довіру до церковних діячів з боку українського суспільства [48].

Хоча адміністрація Путіна за допомогою православ'я пропагує російські цінності не лише на пострадянському просторі [82. с. 192], саме Україна є майданчиком надзвичайної ваги з кількох причин. По-перше, навіть офіційна позиція Росії є такою, за якої Україна не вважається окремою державою, а скоріше територією, яка має бути підвладною РФ. Це бажання має різноманітні прояви, одним з яких є норма російської мови, згідно якої вжиток словосполучення в Україні вважається некоректним, натомість вживається «на Україні», що є принципово важливою позицією ксенофобської ідеології «руського миру». По-друге з геополітичних міркувань, адже територіально Україна знаходиться на перетині двох континентів, Європи, цінностям якої протистояють російські, та Азії, в межах якої знаходиться більшість території РФ. По-третє, за чисельністю населення Україна є однією з лідерів на Європейському континенті, а більша частина населення України є двомовною й говорить не лише державною мовою, але й російською. Російська мова, як ми чуємо з боку провладних сил Росії, є одиницею, яка вимірює російську ідентичність. Погляньмо, що з цього приводу говорить Т. Бремер: «Мова не розуміється як просто культурна прив'язка до своєї (колишньої) Батьківщини, але і як свідчення православ'я» [65 с. 46]. Ця цитата значною мірою дає відповідь на запитання про те, чому УПЦ МП використовує переважно російську для комунікації з прихожанами. Буковинець Онуфрій часто виголошує свої настанови та проповіді російською з помітним українським акцентом й ненароком вимовляє слова українською. Це чергове свідчення про принциповість використання російської мови як ідеологічного компонента в межах храмів.

Важливо зауважити, що ми не говоримо про дійсно численні виключення й не намагаємося спростити. Справді, українське духовенство зважає й на церковні канони, тому лише після Об'єднавчого собору українських церков й з утворенням канонічної Помісної церкви України (2019 р.) певна частина духовенства УПЦ МП приєдналася до неї. Окрім того в питаннях переходу має не абияке значення й ієрархічне священство – нижчі сани зважають на авторитетну позицію вищих. Ми ж розглядаємо УПЦ МП не

через сингулярності, а як спільноту, в якій є певна позиція, яка, згідно принципів ієрархії, має узгоджуватися з позицією РПЦ.

Пастори УПЦ МЦ використовують всі доступні способи для поширення та нав'язування своїх переконань: це й простори інтернету, й недільні школи, як для дітей, так і дорослих. У якості прикладу акцентуємо увагу на одній з таких шкіл, канал якої є у вільному доступі на платформі ютюб [6], де його вміст поповнюється кілька разів на тиждень. Канал розрахований на дітей, відео озвучені російською мовою, коментарі вимкнено, оскільки пропаганда ефективніша, як ми вже з'ясували, якщо має монологічний характер, що дає змогу попередити виникнення небажаної полеміки. Духівник недільної школи – протоієрей Миколай Різун, промови якого є доступними для перегляду на цьому ж таки каналі. Кілька обмовок протоієрея дають змогу зрозуміти, що говоріння російською вимагає від нього інтелектуальних зусиль, які виправдовуються вже згаданою ідеологією УПЦ МП.

Духівник Миколай Різун наголошує на важливості церкви в духовному вихованні дітей та закликає батьків привести їх в недільну школу. Отже дослідимо про які цінності йде мова. Одним з перших відео [23], завантажених після створення каналу є таке, в якому дітей вчать слов'янській орфографії на основі співвіднесення її з сучасною російською мовою. Співставляючи вимови, інструкторка говорить: «у нас у руських», «у нас у східних слов'ян», далі згадує правила вимови українською та протиставляє її «великоросійським говорам». В такий спосіб ведуча презентує молодому поколінню сучасну українську мову як провінційну, а Україну як частину триєдиного руського народу, який зрештою має знову об'єднатися. І це об'єднання складно уявити без участі Російської православної церкви, що є важливою причиною того, чому УПЦ також підтримує таку мовну позицію. С. Топалова зазначає, що релігійне виховання відбувається з урахуванням головних міфологічних концепцій, як от розділений народ та винятковість, але вразливість російськомовних [55 с. 138]. Оскільки російська мова є підвалиною концепції «руського миру», на сайті УПЦ [7] є можливість обрати дві мови, втім наповнення відбувається лише російською. Наостанок ведуча ставить «знак

оклику», зачитуючи вірш О. Пушкіна – українофоба з великодержавницькими поглядами.

Про діяльність протоієрея Миколая Різуна дізнаємося більше з відео російського релігійного каналу «Спас». Цей телевізійний канал, ховаючись за образами ікон, сприяє розповсюдженню імперських амбіцій Росії та відомий своїми сюжетами, наповненими російською пропагандою. На каналі виходить цілий проєкт під назвою «Україна, яку ми любимо». Зі слів її ідейного натхненника, Бориса Корчевнікова розуміємо яка саме Україна мається на увазі: «Здесь русский дух, здесь Русью пахнет» [22]. Канал прагне створити інформаційне поле, в якому Україна це щось близьке та знайоме для росіян, «ми один народ» – говорить Корчевніков. При цьому УПЦ МП не лише не має нарікань на зміст повідомлень, але й поширює контент пропагандистського каналу серед відеоматеріалів своєї недільної школи, чесно даючи посилання на першоджерело.

Нехай саме ця школа з її тисячею підписників і немає аж такого впливу, якого прагне її духівник – представник інтересів УПЦ МП, мережа таких шкіл величезна. Вони прагнуть завербувати кожне наступне покоління ще змалку, адже відомо, що в разі успіху глядачам буде складно змінити вже сформовану думку й світогляд. Кольори їхньої «картини світу» будуть віддзеркалюватися всіма можливими символами російської ідеології. Це відбудеться без значних зусиль з боку пропагандистської машини та безболісно для самих «пацієнтів», які, зважаючи на вік, лише вчаться знаходити зв'язки між окремими елементами цілого й вже на основі цього формувати судження.

Підтримка УПЦ МП активно артикулюється представниками російської церкви. При нагоді предстоятель Російської православної церкви патріарх Кирило не втомлюється повторювати, що Українська православна церква знаходиться на стороні світла, а все, що протистоїть їй – на стороні темряви [16]. Щоб зрозуміти в чому ж полягає згадана міфічна “сторона світла” пропонуємо ознайомитися з тлумаченням Кирила. Назвемо його головним російським інтерпретатором духовних благ, з-поміж яких чуємо про незалежну, сильну та самодостатню Росію. Пам’ятаємо, що частиною РПЦ є й

УПЦ [17], яка слідуючи ієрархічному підпорядкуванню поділяє погляди першої. Кирило говорить прямо: серед всього, що формує загальний культурний фонд країн, який впливає на їх майбутнє, окрім театру, кіно та ЗМІ є й церква та її відповідальні прихожани. Говорить про солідарність думок та дій між цими інституціями для досягнення спільної справи. РПЦ, говорить Кирило, серйозно працює над ідеєю цієї солідарної діяльності для досягнення розвитку Росії [16]. Церква виступає ідеологічною підтримкою «руського миру», будучи таким чином устроєм для обслуговування путінського режиму, що має на меті поглинути більше, ніж може перетравити.

З початком російсько-української війни ставлення УПЦ МП до української державності артикулювалося з новою силою. Як зазначає Кирило Говорун, УПЦ МП відмовлялася визнавати агресію з боку Росії на початку військового конфлікту [73 с. 6], та вже згодом риторика предстоятеля УПЦ Митрополита Онуфрія змінилася. Можемо припустити, що з набуттям резонансу, визнанням і засудженням російської агресії міжнародною спільнотою, заперечення реальності не лише втратило сенс, а й всерйоз загрожувало поганою славою та осудом з боку громадськості. Зрештою ми ставимо під сумнів безпосередню думку про те, що кардинальна зміна позиції церкви була пов'язана зі світоглядною трансформацією. Натомість це було питання її виживання на фоні загального патріотичного піднесення населення, частина з якого є прихожанами УПЦ МП, що проявилось в організації добровольчих батальйонів та волонтерських рухів. Все ж, згідно досліджень, більша частина населення України залишається православною й чималий відсоток громадян, особливо на Півдні та Сході, є прихожанами саме Російської православної церкви [39]. Перш за все пропаганда УПЦ МП розрахована на проросійсько налаштоване населення [82 с. 180]. Вона не лише пропагує поширення російської мови та культури, але й водночас критикує європейські цінності та спосіб життя.

М. Гессен зауважила, що дії тоталітарних режимів прямо протилежні їхнім словам [69 с. 55]. Це зауваження релевантне й для режиму Путіна та його представників. В одному з інтерв'ю, патріарх Кирило критикує экс-президента

України Петра Порошенка за позицію, що полягала в публічній підтримці відокремлення української церкви від Москви. Московський патріарх говорить про неможливість ситуації за якої б Путін вирішував церковні питання РФ, оскільки вона є секулярною країною. Цими словами Кирило натякає на низький рівень релігійної свободи в Україні. Проте секулярною Росія є лише офіційно. Насправді ж є всі підстави стверджувати, що слова російського патріарха йдуть в розріз з реальною ситуацією та діями РПЦ.

Згідно зі звітом комісії США з міжнародної релігійної свободи (USCIRF), Росія характеризується як «країна, що викликає особливе занепокоєння». В звіті зазначається, що на тимчасово окупованому сході України сепаратисти втручаються в релігійну політику, надаючи особливих прав РПЦ. Окупанти переслідують інші релігійні групи, в тому числі й ПЦУ, та перешкоджають їхній діяльності. Говориться ще й таке: «Уряд Росії розглядає незалежну релігійну діяльність як загрозу соціально-політичній стабільності та своїй владі, водночас розвиваючи взаємовідносини з так званими “традиційними” релігіями країни» [85 с. 34-35].

Хоча попередня цитата стосується стану справ в РФ, бачимо, що популярний серед представників духовенства наратив про церкву поза політикою спростовується. Натомість екстремістські дії з боку путінського режиму, такі як систематичні утиски, ув'язнення, конфіскації майна, та навіть катування інаковірних свідчать про надзвичайну та виключно важливу роль церкви в поширенні ідей “руського миру” та його ксенофобських ідеалів. Ми переконані, що саме УПЦ МП є осередком потужної антиукраїнської пропаганди, яка продовжує розгортатися без особливих перешкод, розхитуючи політичну стабільність в країні.

Непричетність РПЦ до політичного маневрування ставить під сумнів і Т. Бремер, говорячи про активні спроби втручання впливових представників РПЦ у політичні процеси всередині Європейського союзу. Автор притримується думки, що РПЦ солідарна в своїх цілях з політичним проектом «руський мир» [65 с. 47-48].

Окремо варто розглянути військове капеланство. Традиція духовної підтримки військових є звичним серед різних держав явищем, а його історія сягає часів Стародавнього Риму. В сучасному світі капелани супроводжують військових як під час миротворчих місій, забезпечуючи духовні потреби військовослужбовців, так і під час військових конфліктів, вселяючи та зміцнюючи віру особового складу. При цьому полірелігійні країни формують групи капеланів так, щоб були представники різних релігій, які поширені на території країни. Влучним прикладом кореляції між релігійною різноманітністю населення та релігійною репрезентацією капеланів є Канада. В країні є офіційна організація «Королівська канадська служба капеланів», серед представників якої є християни, мусульмани та юдаїсти.

В незалежній Україні інститут капеланства почав розвиватися відносно нещодавно. Як зазначає В. Михалевич, однією з причин, які перешкоджали утворенню інституту військового капеланства було сильне протистояння між церквами і конфесіями в Україні [45 с. 132]. З початком війни переконуємося в конфронтації не лише на словах, а й на ділі. Як помітила соціолог релігії Т. Калениченко, УПЦ МП намагається бути максимально обережною та дотримуватися нейтральної позиції, як в соціальних питаннях, так і в політичних для того, щоб протриматися «до кращих часів» [37 с. 4].

Отже, ще з царських часів церква була важливим інструментом впливу в РФ. Російська православна церква століттями була під політичним контролем: спочатку царів, згодом і президентів. В контексті поширення пропаганди цей інструмент має переваги перед сучаснішими, адже витримав перевірку часом, а отже підтвердив свою ефективність. Запровадивши церковну реформу, Петро I фактично очолив православну церкву. Це суттєво позначалося на участі церкви в політичному житті імперії. Згадаймо хоча б анафему накладену на Івана Мазепу 1708 року, що було виконано за наказом Петра I. На сьогоднішній день ідеологія “руського миру” дещо модернізувалася з часів її започаткування Феофаном Прокоповичем – його ідейним майстром. Попри це, аналізуючи сучасну взаємодію РПЦ з

керівництвом Росії, усвідомлюємо: часи змінюються, колаборація церкви та влади залишається.

Влада Кремля, яка, з-поміж іншого, уособлюється й РПЦ, впливаючи на політику УПЦ МП прагне досягнути ситуації відмежування України від Заходу та притаманних йому цінностей: захисту демократії, рівності, поваги до людської гідності та прав людини. Якщо Україна прагне жити європейськими цінностями, необхідно пам'ятати, що на міжнародній геополітичній арені є сильний, але передбачуваний гравець, протидіяти якому можливо лише комплексно.

3.2. Місце кінематографу в популяризації пропагандистських ідей та концепцій

Історії відомі численні випадки, коли кінематограф ставав інструментом для пропаганди. Адже відомо, що найкращий спосіб залишити переконливий ідейний «відбиток» в серцях, а відтак і в свідомості людей – подати інформацію в такій формі, яка б максимально маскувала свою пропагандистську сутність. Інакше кажучи – чим менш очевидна пропаганда, тим вона краще сприймається.

В цьому контексті кіномистецтво є безмежним простором, в якому більшою чи меншою мірою аудиторія заздалегідь націлена на сприйняття. Якщо не враховувати деякі виключення, скажімо професійних кінокритиків, то в сучасній культурі безкінечного перемикання: каналів, уваги та діяльності, дивитися означає свідомо обрати. Розважальна ж форма презентації ідей, якою є в особливості ігрове кіно, є чудовим інструментом, який сприяє тому, щоб цей свідомий вибір на користь перегляду був обраний якнайширшою аудиторією.

Серед сценаристів побутує думка, що гарне кіно – це меседж презентований за допомогою унікальної історії, що перетинається, перш за все, з виміром людських душ. Тобто пропаганда буде ефективною, якщо творцям кіно вдасться проникнути в емоційне поле глядача.

Як зазначають дослідники проблем війни та миру в контексті російсько-українських стосунків Б. Пахонський та Г. Яворська, Росії вдалося поширити серед українців бажаний їй модус думки та цінностей завдяки розвитку своєї культурної сфери. Це не лише література та експертне середовище у ЗМІ, голос якого монологічним способом транслюється в ток-шоу. Перш за все це розважальний матеріал, у вигляді телевізійних серіалів та кіно [49 с. 366], які щоденно протягом багатьох років транслювалися українськими каналами й поступово готували глядачів до сприйняття все радикальніших антиукраїнських наративів та відповідної їм поведінки.

Згодом реакція вже культурно підготованих та зорієнтованих в бажаному для Кремля напрямку глядачів мала прояви різної активності – від байдужості щодо культурно-політичних векторів руху країни до протестних рухів антиукраїнського характеру. Такі рухи стали наслідком поступової та цілеспрямованої «культурної консервації» невимогливої телевізійної аудиторії. Результатом цієї добровільної інтоксикації пропагандою стала нездатність приймати рішення на власний розсуд й відтак ілюзія того, що ресурси витрачаються на досягнення власної мети, а не запрограмованої й трансльованої телеекраном чиєїсь.

Наслідком згаданої ілюзії стала «пасивна активність» якоїсь частини суспільства, що мала антикультурні прояви. До прикладу участь в проплачених мітингах є саме антикультурною маніфестацією, оскільки їх учасники байдужі до будь-якого ідейного, а отже і культурного підґрунтя події, частиною якої стали.

Станом на сьогодні регулюванням питання кінопоказів в Україні займається експертна комісія Державної агенції з питань кіно, яка визначає перелік санкціонованої продукції згідно існуючого переліку критеріїв. Але ще донедавна в контенті українського телевізійного ефіру була велика кількість фільмів та серіалів російського виробництва, значна частина яких пропагувала російські силові органи, як от міліцію та спецназ. Хоча серед творців кіно, сюжети яких наповнені російською пропагандою з чіткими антиукраїнськими ідеями, є й найгучніші імена. До прикладу, Олексій Балабанов, українофобні

сцени фільмів «Брат» та «Брат-2» якого десятиліттями демонструвалися на українському телебаченні. Завдяки тому, що фільми цього режисера стали улюбленими для багатьох, вони поклали початок фашизації масової свідомості. Юрій Андрухович навіть назвав його «персональним горрор-мейкером», який є «єдиним і неподільним цілим» з Путіним [51].

Пропагандистські сюжети у фільмах розраховані як на мешканців окупованих територій сходу та анексованого Криму, так і на жителів України в цілому. Їх сукупність можна прокоментувати словами колишнього президента США Гаррі Трумена, які в своїй статті під назвою «Інформаційна війна і Україна» цитує науковець Я. Малик: «Якщо не можете переконати – збийте з пантелику» [44].

В контексті розмови про фільми риторика пропаганди «руського миру» інститутом церкви не закінчується, а навпаки – осучаснюється візуалізацією, а відповідно набуває нової сили. В травні 2020 року в мережі з'явився документальний фільм «Здрастуй, брате, Христос Воскрес!». Творцями фільму зазначено Російську православну церкву, яку представила «Корсунська Князь-Володимирська чоловіча пустить» та підпорядковану їй УПЦ МП в представництві Києво-Печерської лаври. Він є свідченням того, що фільми з пропагандистськими повідомленнями не обов'язково мають бути саме російського виробництва – деякі з них створені сумісно з РФ або ж навіть суто українською стороною.

Насамперед зазначимо, що майже вся сорока хвилинна стрічка побудована на монологах відомих українців – спортсменів високого рівня, з уст яких лунають імперсько-центричні наративи. Імена Василя Ломаченка (Рис. 1) та Олександра Усика (Рис. 2) фігурують не лише в українському інформаційному просторі, тому в них беззаперечно є певний кредит довіри й від міжнародної спільноти. До того ж, побутує уявлення про атлетів як про патріотів своєї країни, оскільки саме завдяки їхнім перемогам лунає гімн та підіймається прапор. Тому завдяки авторитету та статусу спортсменів творці фільму мають змогу вийти зокрема й на юнацьку аудиторію, яка, як відомо, схильна шукати кумирів та потрапляти під їхній вплив.

Стрічка наповнена особистими життєвими історіями героїв, успіх більшості з яких вони пов'язують з православною вірою – йдеться саме про УПЦ МП, прихожанами якої вони є. Хлопці не позбавлені харизми, а їхня мова емоційності – науковці стверджують: не так важливо, що говорять, як те, як саме це робиться. Отже, наступна важлива вимога до ефективності пропаганди, а саме емоційність сприйняття глядачами задоволена.

Фільм просуває відразу декілька ключових російських наративів, які ми розглянемо по черзі, хоча авторам фільму вдається червоною лінією провести тему РПЦ через усю стрічку. Вже на початку фільму, за аналогією змісту у книзі, всі пропаговані наративи артикуються другом сім'ї Ломаченко Борисом Кудриком. Він одразу згадує дідуса В. Ломаченко в контексті Другої світової війни й наголошує про присутність його імені на Алеї слави. Знаковим є те, що він ще й загадковим чином пов'язує цей факт з козацьким минулим родини Ломаченко. Очевидно, що ця згадка про козаків в контексті «Великої Вітчизняної війни» має викликати прихильність до боксера, а отже і до його позиції, більш патріотично налаштованої аудиторії з одного боку, а з іншого – уникнути уявлення про козаків як про щось суто українське, що могло б стати на заваді ототожненню сусідніх українського та російського народів.

Все це історичне минуле родини Василя в поєднанні з православним вихованням, стверджує Кудрик, проявляються в «дусі» боксера. Так відбувається його містифікація як героя, наділеного найкращими рисами, слова якого начебто мають класифікуватися не як особиста думка одного з багатьох, а як твердження, які не мають піддаватися сумнівам. Інакше кажучи, голос героя має сприйматися як такий, що має особливу вагу, оскільки його мудрість сягає глибиною століть.

Паралельно з українськими атлетами чуємо історії і їх російського колеги Александра Трубникова, який також завдячує своїм успіхам православної вірі. Ця паралель є особливо важливою, оскільки, як зазначають самі творці, фільм розповідає про дружбу одновірців – російських та тих українських спортсменів, які залишаються вірними Вітчизні. Яка саме Вітчизна мається на увазі стає зрозумілим завдяки подальшому монологу

Трубникова, він уточнює що українські спортсмени прославляють «нашу православну віру». Як бачимо, під поняттям Вітчизни мається на увазі православний простір, який визнається РПЦ як територія, на якій мешкають «наші люди».

Однією з тез стало незмінне твердження про братерство, яке звучить від усіх присутніх у фільмі українців. Показово, що при цьому один з боксерів одягнений у футболку кольору українського прапора, начебто заспокоюючи цим глядача, який на мить міг поставити під сумнів авторитет особи з екрану та почутого від неї.

Не оминає тему братерства й предстоятель УПЦ МП Онуфрій, який також з'являється у фільмі та проповідує любов між людьми, хоча й наголошує, що найважливіше, щоб вона була саме між «руськими» людьми, оскільки вони, за його словами, є єдиними як по вірі, так і по крові. Отже, для Онуфрія лакмусовим папірцем, за яким можна визначити приналежності до «своїх» є саме православне віросповідання. При цьому його начебто не цікавить реальний стан справ, він проповідує добро та любов, поняття, які саме з його уст видаються ще абстрактнішими, ніж вони є насправді. До того ж, говорячи про мир в абстрактній формі й закриваючи одночасно очі на причини та особливості російсько-української війни, тобто уникаючи будь-якої конкретики, він у такий спосіб заперечує важливість цього миру для нього. Слова предстоятеля УПЦ МП звучать як парадоксальне кліше – побажання «миру над головою» під час гібридної війни, в якій інформаційне протистояння набуває першочергового значення.

Отже, теза про ідентичність українського та російського народів в цьому фільмі має, насамперед, релігійні підстави. Примітно, що Ломаченко пішов ще далі за більшість російських пропагандистів, він стверджує, що православні християни – це більше, ніж брати: вони є одним народом.

Наступним наративом, що поширюється Росією за допомогою цього фільму є уявлення про Україну як країну, в якій націоналістичні погляди є переважаючими серед населення. Не дарма в кадрі знову з'являється Онуфрій з критикою націоналізму, який він звинувачує в бажанні поділу території, а

відтак і в початку війни. Згідно логіки думок настоятеля УПЦ МП, війну на Донбасі розпочали українські націоналісти. Попри всю абсурдність необхідності спростовувати тезу, яка не має доказів, все ж зробити це не складає труднощів. Для цього достатньо подивитися на результати виборів в Україні, які чітко дають змогу зрозуміти, що це переконання є черговою ретрансляцією російського фейку, оскільки політики націоналістичного напрямку не користуються популярністю серед українських виборців.

Як і на сучасній міжнародній політичній арені, всі перераховані наративи супроводжуються перекручуванням фактів – Росія позиціонує себе як жертву, яка мусить боротися проти несправедливого ворожого до неї об'єданого світу. Згідно сценарію фільму вона начебто проповідує мир, дружбу та духовні цінності загалом, підкріплені православною молитвою на протипагу агресії, насиллю та мирським благам тих, хто не з нею. Цю тезу підтверджують слова Усика про те, що православна віра, яка, як ми вже знаємо, асоціюється з Росією, завжди зазнавала переслідувань та утисків, а тому потрібно стати на її захист.

Не оминається й тема «святої Русі» у вигляді України, Росії та Білорусі, які начебто завжди тісно були об'єдані саме вірою. Хоча з огляду на політичний, інформаційний та військовий фронти представники УПЦ МП почали з обережністю висловлюватися про наявність тісних зв'язків з РПЦ, в цьому сюжеті про них говориться без приховування. Нектарій, єпископ Ливенський і Малоархангельський, навпаки наголошує на тому, що митрополити Київські і всієї України, як Онуфрій, так і його попередник Володимир, провадять церковну політику так, щоб бути разом з Росією на ідейному рівні.

Наостанок глядачі мають змогу побачити кадри з Всеукраїнської Хресної ходи, яка відбулася у 2016 році. Тоді ходу організувала УПЦ МП, яка проголосила її ходою миру, любові та закликала паломників до молитви за Україну. Цими кадрами творці фільму прагнуть продемонструвати підтримку українцями всіх тих тез «руського миру», що з відданістю владі пропагуються РПЦ, і які ретранслювалися голосами українських спортсменів. Невипадково

ми бачимо цей сюжет вже під кінець фільму – це спосіб наголосити, що голоси, нехай і спортивної, але еліти відгукуються й на обивательському рівні. І знову зіставлення української та російської реальності з претензіями на однаковість – після ходи українців бачимо кадри Князь-Володимирської Хресної ходи 2019 року вже на теренах Росії. В такий спосіб виявляється ідея ототожнювання двох народів, мовляв вони єдині в своїх діях та, відповідно, в бажаннях.

Фільм є зразковим прикладом російської пропаганди – створений активною її генераторною – РПЦ, завдяки формі подання значною мірою репрезентує стратегічно важливі для Росії наративи. До того ж, творці попіклувалися про доступність – його розповсюдження в соціальних медіа дає можливість безкоштовного перегляду, що створило передумови для його обговорення, щоправда й у цьому випадку воно також носить характер «монологічного багатоголосся».

Майже через рік після оприлюднення проаналізованого вище фільму, в травні 2021 року, на ютуб каналі дружини відомого проросійського політика Оксани Марченко з'являється перша серія авторського проєкту, в якому вона відвідує святині православ'я. Перший фільм має назву «Паломниця» та складається з двох серій, в яких авторка відвідує Києво-Печерську Лавру та розповідає про православ'я. В її словах простежуємо бажання консолідації української та російської церков. Марченко згадує про митрополита Володимира Богоявленського (Рис. 3), якого розстріляли на початку минулого століття та наголошує, що в той час також були політичні розбіжності та спроби розділити церкву (Рис.4). Риторика поділу – це доволі однозначний натяк на обурення з приводу відокремлення новоствореної ПЦУ від російських важелів управління.

Продукування російської псевдодокументалістики поживалося разом з анексією Криму. В березні 2015 року на платформі ютуб відбулася прем'єра фільму «Крим. Шлях на Батьківщину».

Фільми цього жанру створюються з метою дезорієнтації і є частиною постановки, яка прагне бути побаченою якнайширшим колом глядачів. У

зв'язку з цим важливо зазначити, що стрічка є й з англійськими субтитрами. Кремль надає особливого значення тому, щоб бути присутнім у візуальному просторі широкого кола країн, а не лише тих, громадяни яких є російськомовними. Зазвичай громадяни західного світу є менш обізнаними з, насамперед, історичними особливостями політико-культурного дискурсу в стосунках між країнами Східної Європи. Зокрема у зв'язку з низькою поінформованістю про російське вторгнення в Україну, за допомогою російських телеканалів, які наявні, до прикладу, в готельних номерах багатьох країн, глядачів було легше переконати в точці зору Кремля, що транслювалася з телеекранів.

У фільмі «Крим. Шлях на Батьківщину» повторюються вже розглянуті нами у попередньому розділі наративи, а принцип їх багаторазового повторювання залишається незмінним. Кадри на початку демонструють інтерв'ю Путіна, в якому ми чуємо риторику порятунку кримчан від «катка націоналізму», який захлиснув Майдан та поширювався все далі. Після цього чуємо вже закадровий голос, що звинувачує націоналістів в заворушеннях та вбивствах під час Революції Гідності (Рис. 5, 6). Вже знайоме нам спотворення подій – це класика кремлівської пропаганди.

У стрічці кримчани протиставляються не просто опозиційним силам, які вийшли в 2014 році на Майдан у Києві, а людям, що за словами Путіна сповідують «крайні форми націоналізму» та влаштовують полювання на всіх незгодних з їхньою думкою. В цьому контексті не оминається й наратив про дискримінацію та переслідування російськомовного населення України (Рис. 7). Творцями фільму артикулюється міф про вбивства, які вчиняються фашистами-бандерівцями, що влаштували Майдан, через відмову кримчан спілкуватися українською (Рис. 8, 9).

В якості підтвердження слів російського президента, що лунали в інтерв'ю, творці фільму використали відео невідомого походження зі зруйнованими поселеннями мешканців (Рис. 10). Ці кадри – це апеляція до емоцій, оскільки саме вони здатні затримати в пам'яті проговорений вище наратив про жорстокість, а отже й спонукати ненависть та бажання помсти.

Для нас же ці кадри є черговим прецедентом виривання інформації з контексту і використання її в штучно створеному. Крім того, цим наративом Кремль прагне дегуманізувати населення, загнавши його в площину емоційної нестабільності, що заважає критичному мисленню.

Командиром кримського батальйону «Беркут» згадується у стрічці й американська сторона, яка начебто тактично готувала націоналістів, пишучи їм інструкції про те, як протистояти спецпідрозділу. Після його слів наратив дублюється Путіним, який назвав американців «реальними ляльководами», що організовували бойові загони та сприяли «державному перевороту» в Україні. Росія традиційно намагається одягнути маску жертви та позиціонує себе як країна, що задля справедливості мусить відповідати на підступні дії колективного Заходу.

Варто виокремити й протиставлення кримчан населенню західної України, що згадується в ролі агресивних та жорстоких вбивць, яким сили НАТО допомагають воювати. Як бачимо, тема управління Україною Заходом артикулюється протягом всього фільму, що дає змогу автору говорити про братерство двох народів з меншим ризиком несприйняття.

Хоча Крим входив до складу Росії менше, ніж пару століть, Кремль намагається переконати світ в тому, що історично півострів є російською територією. Б. Парахонський та Г. Яворська зазначають про те, що у сприйнятті росіянами українців помітний методологічний хаос, оскільки вони не беруть до уваги логіку та спотворюють історичні факти [49, с. 305]. Стрічка яку розглядаємо є вдалим цьому підтвердженням. Наратив про Крим є підґрунтям для іншого, а саме для риторики Путіна про необхідність захисту «руських людей», які там здавна живуть і які зіштовхнулися із загрозою кровопролиття від рук прихильників крайніх форм націоналізму. В такій формі втілюється міф про Україну, як націоналістичну державу.

Наостанок наратив про другосортність всього українського формулюється вустами колишньої української юристки Наталії Поклонської, яка із захопленням стверджує про російську велич (Рис. 11). Як влучно зауважив Я. Малик, однією із цілей інформаційної війни є створення неприязні

до історико-культурної спадщини ворожих сил [44 с. 1]. На думку Парахонського та Яворської, відмовляючись від дійсності та слідуючи філософії міфологізації свідомості, росіяни обрали шлях «екзистенційного суїциду», що зрештою має призвести до зміни їх ідентичності [49 с. 310].

В підсумку зазначимо, що часто у російській псевдодокументалістиці всі наративи детально продумані та узгоджені між собою, на відміну від ігрового кіно, яке переважно діє точково та містить пропаганду в більш завуальованій формі. Наповненість інформаційного простору цим жанром є черговим свідченням того, що Росія надає пріоритетності насамперед інформаційному протистоянню. Протагоністами російської псевдодокументалістики часто є її донори – можновладці Кремля, антагоністами – українські націоналісти, керовані Заходом.

Варто звернути увагу й на те, що російська пропаганда має системний характер, який, з-поміж іншого, виявляється в широкому інструментарії для її поширення, що застосовує Росія в інформаційній війні щодо України. Візуальні канали передачі наративів з антиукраїнськими конотаціями, зокрема за допомогою псевдодокументальних фільмів, є легкодоступним, оскільки поширюються насамперед в соціальних медіа – просторі, де відсутні кордони, та який складно регулюється. До того ж, розглянуті нами матеріали – це приклад формування альтернативної реальності, що стало можливим саме завдяки медіа.

3.3. Соціальні медіа як засіб непрямой пропаганди

Ще десять років тому люди мали звичку дізнаватися та обговорювати події, що відбуваються в країні в режимі оф-лайн, зустрічаючись та спілкуючись на роботі, в університеті та просто на вулиці. Це, відповідно, забезпечувало поле для дискусії, оскільки в середовищі знаходилися люди, що репрезентували різні погляди на суспільні, культурні, політичні, економічні та інші процеси, що відбуваються в світі.

Ситуація змінилася з поглинанням мережами звичного простору взаємодії людей. Дослідження проведене в 2020 році Фондом «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва» спільно із соціологічною службою Центру Разумкова показало, що найчастіше українці дізнаються новини за допомогою телебачення. Другий же за популярністю інформаційний ресурс – це соціальні мережі. Проте, якщо брати до уваги лише молоде покоління до двадцяти років, то ситуація зворотна – ця категорія громадян надає перевагу соціальним мережам для задоволення своїх інформаційних потреб замість телеекранів. До тридцяти років ситуація з протистоянням телевізорів та соціальних мереж за першість наближається до стану рівноваги. Дослідження показує, що після сорока років переважна більшість українських громадян отримує інформацію про стан справ в світі з телеекранів [60].

За підрахунками соціологів, в 2020 році більша частина населення планети користується соціальними мережами. Від того часу як в 2004 році було засновано одну з найпопулярніших а світі соціальних мереж – фейсбук, ще не пройшло й два десятиліття, але цього часу виявилось достатньо, щоб онлайн платформа стала майданчиком для найрізноманітніших інформаційних кампаній.

Бачимо ситуацію за якої «картина світу» політично активної частини суспільства, тобто молоді, формується під впливом фейсбука, інстаграма, тік-тока та інших соціальних медіа. А ще донедавна соцмережа доменної зони Росії «Вконтакте» була чи не найвідвідуванішою соціальною мережею в Україні. В травні 2017 указом президента України було заблоковано доступ до ряду російських інтернет-сервісів, які діяли в Україні. Попри перестороги Служби безпеки України думки українців щодо санкцій на російські соціальні мережі знову розділилися.

Хоча цифрові технології стрімко почали розвиватися в ХХІ столітті, питання візуального сприйняття набуло актуальності значно раніше. В роботі «Війни в Заліві не було» Ж. Бодрійяр висловлюється таким чином: «...Телебачення, приковуючи до себе увагу, тримає всіх нас по домах і за допомогою цього колективного ступору повною мірою виконує свою роль

соціального контролю» [31 с. 52]. Його слова залишаються актуальними й на сьогодні за винятком того, що більше людям не потрібно залишатися вдома. Це класичний випадок ситуації за якої суть залишається, змінюючи лише форму. Частина активних користувачів жила в симульованій реальності, споживаючи міф з екранів, але вже не зі стаціонарних екранів часів Бодрійяра, а переважно з портативних – кишенькових гаджетів. Таким чином симульована реальність, яка, за словами філософа, скасовує необхідність справжньої реальності, стала більше, ніж просто невід’ємною частиною повсякденного життя. З упевненістю можна стверджувати, що вона перетворилася на головну її частину.

Кіберфахівці Служби безпеки України говорять про численні факти пропаганди на просторах соціальних мереж. Так з’явилися так звані «ботоферми», завданням учасників яких є маніпулювання суспільною думкою, роблячи це переважно за допомогою коментарів. Вони є популяризаторами російської пропаганди та діють за тими самими принципами, що й оф-лайн пропагандисти: створюють хаос фейковими новинами, вносять деструктив репостами й намагаються симулювати популярність того чи іншого погляду.

Та для поширення російської пропаганди зовсім не обов’язково бути поборником російських імперських намірів. Ба більше, звична справа коли деструктив, який вигідний Кремлю генерується або ретранслюється користувачами мережі, які роблять це несвідомо. В якості прикладу пропонуємо згадати протистояння хештегів «зрада» та «перемога» в контексті перших років війни з Росією. Так кожна «зрада» поширювала паніку через невпевненість в діях влади, тим самим розхитуючи внутрішньої ситуацію в країні на радість ворогу.

З іншого боку, мережа є майданчиком для дискусії, що передбачає толерування різних поглядів. У випадку з хештегами «зрада» та «перемога» актуальним стає питання пошуку в собі цензора. Як і у випадку із заборонаю ЗМІ тут важливо знайти точку найменшої шкоди.

Пишучи про інформацію, Ж. Бодрійяр справедливо порівняв її з неконтрольованою ракетою, запуск якої відбувається наосліп, оскільки вона «ніколи не знаходить свою ціль» [31 с. 38]. Дійсно, інтернет простір і соціальні мережі зокрема, запитуючи «Що у Вас на думці» заохочують висловлюватися з найменшого приводу. Але прагнення донести свої думки до цільової аудиторії здійснюються далеко не завжди. Інформацією, поширеною з добрими для країни намірами, успішно можуть скористатися вороги, в нашому випадку Росія. Або ж ця інформація, як і бодрійярівська неконтрольована ракета, яка перетворюється на «космічне сміття» [31 с. 38], засмічує онлайн простір.

Інформаційна війна Росії проти України набрала обертів в 2014 році, а ще через кілька років Марк Цукерберг виступив в сенаті США з наступною заявою, яку цитує Кулеба: «У Росії є люди, чия робота полягає в тому, щоб намагатися скористатися вразливістю наших систем, а також інших інтернет-систем. Тож це гонка озброєнь, правильно? Я маю на увазі, що вони й далі будуть удосконалюватися в цьому, і ми маємо інвестувати в те, щоб також удосконалюватися в цьому» [42 с. 329]. Ця ситуація є свідченням того, що питання інформаційної безпеки держави стосується не лише її самої, але й приватних компаній, використовуючи які в якості комунікативного засобу Росія втручається у внутрішні справи інших країн.

Не складає зусиль знайти у фейсбуці групи присвячені цілеспрямованому поширенню кремлівської пропаганди серед українців. Серед них є як нечисельні групи з кількістю учасників до 1000, так і масштабніші, в деяких групах регулярно оновлюється стрічка, в інших – ні. До прикладу група «Новороссия» [12] налічує близько 28000 учасників, а її інформаційна стрічка рясніє регулярними ретрансляціями новин з російського сайту націоналістичного спрямування «Изборский клуб». Варто зауважити, що членами клубу є відомі російські пропагандисти, які не приховують своїх українофобних поглядів, а їхні публікації мають відповідний сенс. Серед них «неоєвразієць» Олександр Дугін, Іван Охлобистін, який відомий своїми шовіністичними висловлюваннями, журналіст Михайло Леоньєв, в'їзд якому

в Україну було заборонено ще в 2006 році. Контент ретрансляцій відображає найкращі традиції російської пропаганди: тут і емоційна складова у вигляді згадок про «Велику Перемогу» та ностальгії за Радянським Союзом, і конспіраційні теорії, згідно яким COVID-19 насправді є біологічною зброєю масового винищення.

Інша група «Антимайдан» [4] налічує близько 700 учасників та станом на сьогодні існує в «замороженому» стані – стрічка новин не оновлюється кілька років. В контенті ретрансляцій переважали повідомлення, згідно яких Росію начебто постійно намагаються спровокувати Західні сили. В ще одній групі «Луганская Народная Республика» [9] повідомлення переважно спрямовані на підваження українського авторитету та авторитету західних країн. Бачимо, що учасники інтернет-спільнот зазвичай мають схожі цінності та світогляд. Об'єднанню людей в спільноти зі схожими переконаннями сприяє веб-персоналізація – процес, що складається з кількох етапів. Спеціалісти з інформаційних технологій П. Сухорильський та Г. Хлібойко зазначають, що потенційно цікавий для користувача контент пропонується лише після збору інформації про нього та її обробки за допомогою певного алгоритму [53 с. 5]. Автори наголошують, що персоналізація зменшує гнучкість людського вибору за рахунок позбавлення її можливості піддавати сумніву власні переконання і преференції [53 с. 8].

До того ж, соціальні мережі в Україні, насамперед фейсбук, є майданчиком, що збирає та класифікує контент таких соціальних медіа як ютуб, відео, тік-ток та ін. Одночасно з класифікацією контенту відбувається й класифікація користувачів, які його споживатимуть. В такий спосіб утворюються «інформаційні бульбашки», в яких опиняються користувачі.

Пишучи про згаданий феномен, Д. Кулеба віддає данину Е. Прайзеру, що вперше почав використовувати словосполучення «бульбашка з фільтрів». Сам же автор називає спілкування з однодумцями перебуванням у луна-камері, коли разом з кількістю спілкування між учасниками групи підсилюється й ступінь їх переконань у власній правоті [42 с. 150].

В останні роки, особливо серед молоді покоління Z, значної популярності набув соцмедійний сервіс ТікТок, що був запущений в 2016 році. Сервіс створено китайською компанією для поширення користувачами коротких відео. В Україні відсутній офіс компанії, а найближчий знаходиться в Москві, що відобразилося, за свідченнями україномовних блогерів, на цензуруванні контенту згідно російських інтересів. На сайті президента навіть створювалися петиції як про відкриття офісу в Україні, так і про повну заборону цього сервісу, як це було зроблено в США. Але через брак розуміння небезпеки сервісу з погляду поширення російської пропаганди серед молоді такі петиції не збирають необхідної кількості голосів.

Отже, проаналізувавши типові кластери та засоби поширення російських наративів в українському інформаційному просторі, зазначимо, що ідея імперської Росії не є чимось новим. Втім її поширення набрало обертів за часів перебування В. Путіна на владних позиціях. Саме на цей час припав також інтенсивний розвиток технологій, за допомогою яких пропаганда набула всеохоплюючого характеру. Оскільки головними тригерами російської ідентичності, згідно імперської ідеології, є російська мова та православ'я, ці теми присутні чи не в кожному фільмі з пропагандистським сюжетом. Значна з них частина, включаючи й проаналізовані в цій роботі, створені повністю церквою або ж за її підтримки. Як фільми, так і соціальні мережі сприймаються, перш за все, в якості розваги, тому мультиплікація наративів відбувається завуальовано

ВИСНОВКИ

У ході проведеного дослідження нами було:

- досліджено витoki феномену пропаганди, та показано, що поняття доволі неоднозначне, оскільки концептуально перетинається з рядом інших явищ, як от піар, реклама, інформування. Та попри відсутність консенсусу між науковцями з приводу цього поняття, беззаперечним є факт його тісного зв'язку з процесом комунікації. В науковому середовищі інтерес до пропаганди зріс в першій половині минулого сторіччя, саме тоді активно почали досліджувати дане питання. Це, перш за все, було пов'язано з розумінням того, що такі фігури світової історії як А. Гітлер, Б. Муссоліні, В. Ленін та ін. отримали широку підтримку населення не в останню чергу за допомогою тотальної та переконливої пропаганди. Результатом неочікуваних політичних переворотів ХХ ст. стало теоретизування науковцями феномену, що виявилось в класифікації пропаганди за різними критеріями. Деякі науковці (Н. Кулл, Д. Кулберт та Д. Велч) вважали доцільним класифікувати її, зважаючи на наміри творців пропаганди бути відкритими щодо авторства на свій продукт. В той час як підхід інших (Ж. Еллюль) був більш комплексним – автор виділив вісім типів, які, до того ж, часто взаємодіють між собою для посилення ефективності. Простеживши генеалогію поняття, ми дослідили, що стереотип, згідно якого концепт пропаганди має негативний контекст, з'явився значно пізніше, ніж перші його сучасні прояви, що були здійснені Католицькою церквою в 1622 р;
- з'ясовано, що пропаганда функціонує завдяки її всеохоплюючому характеру. Ефективність маніпулювання людською свідомістю збільшується разом з кількістю нейронаукових досліджень. Так у питанні сприйнятливості до думки, що нав'язується науковці дійшли однозначного висновку про те, що ключове значення мають емоції, які

- при цьому відчуває аудиторія. Дезорієнтація шквалом негативної інформації, що викликає відчуття страху є запорукою пригнічення розумових процесів, а отже й критичного мислення – найважливішого інструменту протидії. Зазвичай маніпулятори ставлять собі за мету обмежити поінформованість об'єкта з приводу певної проблеми, оскільки відсутність різних кутів зору не сприяє мисленнєвому процесу, а отже переконати стає легше. Фактор страху схиляє до ірраціональних думок та відповідної їм поведінки й часто слугує допоміжним інструментом пропаганди. В. Елісберг вбачав причину успіху пропагандистів у вмінні помічати існуючі потреби та бажання аудиторії й пов'язувати суспільні тренди зі створеними наративами. Г. Почепцов наголошував на кореляції між інтенсивністю використання візуальних знаків для пропаганди та часу на який вона здатна затриматися в пам'яті;
- розкрито явище контрпропаганди та виявлено те, яким чином можна протистояти в битві за правду. Для того, щоб відповісти на це питання, ми користувалися висновками спеціалістів з пропаганди, що були зроблені ними емпіричним способом на прикладі «холодної війни» між США та СРСР. Виявилось, що тактика дієвої пропаганди та контрпропаганди відрізняється принциповим чином, а саме уникненням розповсюдження фіктивної інформації в останньому випадку. Вже із самої альтернативної назви інформаційного протистояння, що звучить як психологічна війна, зрозуміло, що психічні процеси людини та її поведінка є важливим дослідницьким полем маніпуляторів. До того ж у зв'язку з високою інформатизацією суспільства особлива увага приділяється й соціальній інженерії. Вона часто виступає посередником, за допомогою якого піддаються авторитети потрібних пропагандистам впливових осіб для розхитування суспільного устрою, поширення невпевненості населення у власному майбутньому та провокування інших деструктивних станів. Критичне мислення є найважливішим, а іноді й ексклюзивним механізмом з протидії

іраціональному, а отже й пропаганді, що ґрунтується на вигадках чи спотворенні фактів;

- окреслено найпоширеніші наративи, які застосовуються росіянами з метою впливу на свідомість українців. Їх аналіз дозволив нам зробити умовний поділ наративів на традиційні та новітні, що утворилися як відповідь на події Майдану 2014 р. й сукупність яких формує специфічний міфологічний універсум концепції «руського миру». Серед традиційних ми виділили маніпулятивний сюжет міфу про «Велику Вітчизняну війну», який є ідеологічним ядром іншого, а саме міфу про «братські народи». Він своєю чергою є поясненням Кремля з приводу будь-якого втручання у внутрішні справи України, що позиціонується як «допомога». К. Флад вважає, що завданням схожих політичних міфів є інтерпретація минулого таким чином, щоб сформувати ставлення суспільства до сьогодення та за допомогою цього визначити потрібний вектор руху щодо майбутнього. На думку І. Костюк, трансляції та дискусії з приводу військових парадів та інших урочистостей з імперськими конотаціями в засобах масової інформації є тим рішенням, за допомогою якого підтримується стан міфологічної свідомості населення. Кремлем артикулюється й міф про велич та виключність всього російського на протигагу Західному споживацтву. Згідно Б. Петерссона, популярність політичних міфів свідчить про їх відповідність цінностям того, хто в них повірив. Що ж стосується новітніх міфів, тобто тих, які створювалися для пояснення небажаних для Кремля подій, що відбувалися в Україні за часів її незалежності, можемо стверджувати про їх поверхневність, фрагментарність та непослідовність на відміну від тих, які ми назвали традиційними. Дослідивши медійний контент, ми дійшли висновку про доцільність їх порівняння з конспіраційними теоріями. Переважно це сюжети згідно з якими Захід постає в образі злої сили, зокрема намагається посварити «споконвічних братів», що в результаті й призвело до Євромайдану, а згодом і війни на Донбасі. Попри невідповідність твердження

результатам політичних виборів, в медіа активно артикулюється й міф про Україну як націоналістичну державу, де націоналісти піклуються про те, щоб всі російськомовні були жорстоко покарані за свій вибір. Оповідь про примусову радикальну українізацію позиціонує її як поточну державну політику України, яка відбувається на втіху маргіналізованим групам попри настрої більшості. Важливість нав'язати українцям «картину світу», яка б не викликала в них протестів щодо втілення імперської ідеології “руського миру” констатує кількість фінансових ресурсів, які витрачаються Кремлем на поширення необхідного їм світогляду. Саме в значному фінансуванні Т. Бевз вбачає успіх російської пропаганди, яким вона регулярно увінчується;

- спростовано тезу про аполітичність інституту церкви. Ми дійшли висновків, що Російська православна церква не є аполітичним інститутом, як вважають її прихожани, судячи з опитувань. Ба більше, церква є стратегічним партнером російської влади з втілення ідей «руського миру». Це пояснюється тим, що значний відсоток українців є прихожанами Російської церкви. При цьому довіра українців до церкви, як офіційно аполітичної структури, все ще залишається на значно вищому рівні, ніж довіра до політиків. Попри те, що світоглядно є всі підстави вважати православну церкву архаїчною, саме способи комунікації її представників з паствою вийшли на той рівень, завдяки якому їх сентенції мали б змогу дістатися адресатів зі звичками, притаманними сучасному інформатизованому способу життя. Проаналізувавши медійний матеріал у вигляді інтерв'ю та фільмів, створених церквою або за її підтримки, ми виявили, що настанови священнослужителів Російської церкви ідентичні тезам adeptів імперського проєкту. Оскільки церква є «soft power» імперії, її вплив помічено не лише на теренах України, а й в інших православних країнах. Хоча схожі дослідження проводяться переважно науковцями зі Східної Європи, які знаходяться у відносній близькості із самопроголошеним «центром православ'я»;

- доведено, що Російська православна церква є потужним осередком пропаганди ідей «руського миру». Хоча у зв'язку зі збройним конфліктом на Донбасі спільнота Російської церкви навчилася стримано доносити пропагандистські повідомлення, у зв'язку з чим може з'явитися хибне уявлення про зміну її ставлення до української державності;
- виявлено, що потужний пропагандистський кластер, яким є церква не хтує сучасними засобами комунікації. Так за допомогою фільмів, що створюються церквою з метою пропаганди, вищеперераховані наративи подаються в завуальованій формі під виглядом благородних настанов про братську любов та повагу. До того ж для підсилення ефекту переконливості, їх творці залучають до ретрансляції відомих українців. Поширювати такі матеріал з анти-українськими сюжети не складає труднощів, адже це відбувається переважно за допомогою соціальних медіа, тобто в мережі – віртуальному просторі, який надзвичайно складно регулювати.

У кінцевому підсумку необхідно зазначити, що хоча пропаганда – це процес комунікації, проте відбувається він в односторонньому порядку. Це завжди прагнення монологу, оскільки його завдання полягає в тому, щоб артикулювати позицію якомога чіткіше для уникнення багатозначності та довільності інтерпретацій, так само як і уникнення альтернативних кутів зору.

Тож мету представленої кваліфікаційної роботи «Російська пропаганда в інформаційному просторі України: стереотипи та шляхи поширення» досягнуто, а висунуті завдання виконано у повному обсязі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

Фільмографія

1. «Здрастуй, брате, Христос Воскрес!», Росія, 2020. Моїсєєв Артем.
2. «Крим. Шлях на Батьківщину», Росія, 2015. Сергій Краус.
3. «Паломниця», Україна, 2021. Оксана Марченко.

Джерела

4. Антимайдан. Facebook : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/JbVoKG1> (дата звернення: 19.04.21).
5. *Бандера и Шухевич - это герои? Опрос Антонины Белоглазовой | Страна.ua. Страна.ua : веб- сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=c9DitlEL94A> (дата звернення: 21.04.21).*
6. Воскресная школа. YouTube : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/ubVoNsN> (дата звернення: 19.04.21).
7. Киевская православная церковь. Веб- сайт. URL: <http://orthodox-church.kiev.ua/ru/> (дата звернення: 20.04.21).
8. *Лесик: Пропаганда ЛГБТ-ценностей недопустима в Украине. YouTube : веб-сайт. URL <https://www.youtube.com/watch?v=Enn3O4NZLr4> (дата звернення: 21.04.21).*
9. Луганская Народная Республика. Facebook : веб- сайт. URL: <https://www.facebook.com/groups/LNRGUMO/> (дата звернення: 27.04.2021).
10. Мої прадіди були козаками, а діди воювали за нашу землю з фашистами,- Паламар. YouTube : веб- сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OG9Q> (дата звернення: 19.04.21).
11. *Николай Азаров: «Порошенко обещал Януковичу полную поддержку СМИ в обмен на пост министра». YouTube : веб- сайт. URL: <https://strana.ua/news/311055-azarov-intervju-strane-i-olese-medvedevoy-video-i-polnyj-tekst.html> (дата звернення: 21.04.21).*

12. Новороссія. *Facebook* : веб- сайт. URL: <https://www.facebook.com/novorossia> (дата звернення: 21.04.21).
13. *Почему Украина потеряла Крым? Опрос киевлян. YouTube* : веб-сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xSpczh5DqW8> (дата звернення: 21.04.21).
14. *Події в Броварах. Мовні баталії. Порошенко в ДБР | Ток-шоу «17» | 29.05.20. YouTube* : веб- сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=MqC4cizyOVc>. (дата звернення: 21.04.21).
15. Путин о Донбассе: продолжим помогать, «чтобы их там не съели». *YouTube* : веб- сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=TLRSWO3plss> (Дата звернення: 19.04.21).
16. Рождественское интервью Святейшего Патриарха Кирилла – Россия 24. *YouTube* : веб- сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kV6SuZ7t9gs&t=1209s> (дата звернення: 20.04.21).
17. *Статут про управління Української Православної Церкви. Українська православна церква : веб-сайт. URL: <http://orthodox.org.ua/article/statut-pro-upravl%D1%96nnya-ukra%D1%97nsko%D1%97-pravoslavno%D1%97-tserkvi-1>* (дата звернення: 20.04.21).
18. Сурков: президент, как обычно, видит главное. *YouTube* : веб-сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ksMroSNfS9U> (Дата звернення: 19.04.21).
19. Театр абсурду: Олександр Лазарєв про геополітичні стратегії з 2014 року. *YouTube* : веб- сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=tHFzwgU9_5I (Дата звернення: 20.04.21).
20. *У Києві під посольством США мітинг: поліція перекрила підходи. YouTube* : веб- сайт. URL <https://www.youtube.com/watch?v=Enn3O4NZLr4> (дата звернення: 20.04.21).
21. *У Києві пройшла акція протесту під посольством США. YouTube :веб- сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8QLVAVJJ6c0>* (дата звернення: 20.04.21).

22. «Украина, которую мы любим». Борис Корчевников о премьере нового проекта. YouTube : веб- сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xNOtHRRrOCs> (Дата звернення: 26.04.21).
23. Урок 28 Ять Ю Я. YouTube : веб- сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=33nXN0CjMYk> (Дата звернення: 23.04.21).
24. Фонд «Русский мир». Информационный портал фонда «Русский мир» : веб-сайт. URL: <https://russkiymir.ru/fund/> (дата звернення: 27.04.2021).
25. Якщо влада піде старим шляхом, вона розгубить в країні все, що має, - Лазарєв. YouTube : веб- сайт. URL <https://www.youtube.com/watch?v=Enn3O4NZLr4> (дата звернення: 22.04.21).

Бібліографія

26. Бевз Т. Українці і росіяни під прицілом російської пропаганди. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2015. Вип. 1. С. 150-163. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/bevz_ukraintsi.pdf. (дата звернення 04.01.2021).
27. «Безславні...вірусологи», або як Москва «виставляє рахунок» за «гумдопомогу». *АрміяInform* : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/wbXDx0y> (дата звернення 04.01.2021).
28. Белоусов А. Б. «Пропаганда» Жака Эллюля. *Свободная мысль*. 2010. № 4 С. 167–182.
29. Белоусов А. Б. Что такое социологическая пропаганда? *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*. 2018. № 3. С. 110–122. DOI: 10.14515/monitoring.2018.3.07.
30. Більшість польських працівників має позитивне (42%) або нейтральне (44%) ставлення до трудових мігрантів з України. *Укрінформ* : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/fbVfw7C> (дата звернення: 25.04.2021).

31. Бодрийяр Ж. Дух терроризма. Войны в заливе не было / пер. с фр. А. Качалова. Москва : РИПОЛ классик, 2016. 224 с.
32. Бураков Ю. В. Теоретичні аспекти класифікації локальних війн та збройних конфліктів сучасності. *Військово-науковий вісник*. 2016. Вип. 25. С. 214–232. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnv_2016_25_18 (дата звернення 12. 03. 2021).
33. Даник Ю. Г., Труш О.О. Особливості забезпечення національної безпеки у високотехнологічному суспільстві. *Державне будівництво*. 2010. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2010_1_42 (дата звернення 14.04.2021).
34. Демчук Р. Актуальні міфи імперської ідентичності. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. 2017. Вип. 39. С. 63–74.
35. Демчук Р. В. Метаморфози міфологічного. *Магістеріум. Культурологія*. 2016. Вип. 68. С. 14–21. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Magisterium_kul_2017_68_5 (дата звернення 04. 05. 2021).
36. Зовнішньополітичні орієнтації громадян України: результати соц. Дослідження. Київ: Центр Разумкова, 2015. URL: https://www.razumkov.org.ua/upload/1429857190_file.pdf (дата звернення 28.04.2021).
37. Калениченко Т. Карта акторів конфлікту на Донбасі: релігійні актори. *CivilM+*. 2020. 22 с. URL: <https://civilmplus.org/uk/publications/karta-aktoriv-konfliktu-na-donbasi-religijni-aktori/> (дата звернення 11.02.2021).
38. Контрпропаганда. Словник української мови: в 11 томах. Том 4. Київ: Наукова думка, 1973. С. 269. URL: <http://sum.in.ua/s/kontr> (дата звернення: 16.04.2020).
39. Конфесійна та церковна належність громадян України (січень 2020р. соціологія). *Разумков Центр* : веб- сайт. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/konfesiina-ta-tserkovna-nalezhnist-gromadian-ukrainy-sichen-2020r> (дата звернення: 18.04.2020).

40. Космина В. Г. Конструювання української «реальності» в комунікативних системах Росії: теорія і практика 2014 року. *Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету*. 2014. Вип. 40. С. 17– 24.
41. Костюк І. Культура ХХІ століття у полоні міфологій: причини та перспективи. *Вісник ЛНАМ. Серія: Культурологія*. 2016. Вип. 29. С. 37-46. URL: <http://doi.org/10.5281/zenodo.207220> (дата звернення: 20.04.2021).
42. Кулеба Д. Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. Київ : Книголав, 2019. 384 с. URL: <https://cutt.ly/abVsNoz> (дата звернення: 02. 03. 2021).
43. Легеза О. Концепція міфу у творчості Ролана Барта. *Вісник Львівського університету. Сер. Філософ.-політолог. студії*. 2019. Вип. 23. С.54 – 59.
44. Малик Я. Й. Інформаційна війна і Україна. *Науковий вісник: Демократичне врядування*. 2015. Вип. 15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2015_15_3 (дата звернення: 02. 03. 2021).
45. Михалевич В. Духівництво у військових структурах: історичний досвід і сучасність. *Волинь і волиняни у Другій світовій війні* : зб. наук. праць. 2012. С. 128 – 133.
46. Мороз О. Нація овочів? Як інформація змінює мислення і поведінку українців. Київ : Yakaboo Publishing, 2020. 288 с.
47. Набокова Г. В. Жанрові формати розважальної телевізійної культури. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури* : зб. наук. праць. Київ : Міленіум, 2015. Вип. 35. С. 154-160. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apitphk_2013_31_24 (дата звернення: 18. 04. 2021).
48. Оцінка громадянами ситуації в країні, рівень довіри до соціальних інститутів та політиків, електоральні орієнтації громадян (жовтень–листопад 2020р.). *Разумков Центр* : веб- сайт. URL: <https://cutt.ly/pbXX263> (дата звернення: 27. 04. 2021).

49. Парахонський Б.О., Яворська Г.М. Онтологія війни і миру: безпека, стратегія, смисл : монографія. Київ : НІСД, 2019. 560 с. URL: <https://cutt.ly/EbVdnoJ> (дата звернення: 29. 04. 2021).
50. Почепцов Г.Г. Психологические войны. Москва: Рефл-бук, Київ: Ваклер, 2000. 528 с.
51. Про виродка і людину. *Збруч* : веб-сайт. URL: <https://zbruc.eu/node/79870> (дата звернення: 29. 04. 2021).
52. Пропаганда. Словник української мови: в 11 томах. Том 8. Київ: Наукова думка, 1977. С. 246. URL: <http://sum.in.ua/s/propaganda> (дата звернення: 02. 03. 2021).
53. Сухорольський П. М., Хлібойко Г. П. Персоналізація в інтернеті та її вплив на забезпечення прав людини. *Правова інформатика*. 2013. № 4. С. 3 - 9.
54. Топалова С. О. «Русский мир» та радянський комуністичний міф: нова форма при незмінності змісту. *Evropsky politicky a pravni diskurz*. 2015. Вип. 2, № 2. С. 114-120. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evrpol_2015_2_2_18 (дата звернення: 09. 05. 2021).
55. Топалова С. О. «Русский мир» як системний політичний міф сучасної Росії. *Вісник Харківського національного університету імені ВН Каразіна. Серія: Питання політології*. 2014. Вип. 27. № 1132. С.134-139. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhIPPO_2014_1132_27_27 (дата звернення: 09. 05. 2021).
56. Устав Коммунистического интернационала. Принят VI конгрессом КИ 29 августа 1928 г. в Москве. *VI Конгресс Коминтерна. Стенографический отчет*. Вып. 6. Тезисы, резолюции, постановления, воззвания. Москва—Ленинград : Государственное издательство, 1929. С. 162.
57. Флад К. Политический миф. Теоретическое исследование / Пер. с англ. А. Георгиева. Москва: Прогресс-Традиция, 2006. 264 с.
58. Чисельність пенсіонерів та середній розмір їх пенсій станом на 01.04.2019. *Пенсійний фонд України* : веб-сайт. URL:

- <https://www.pfu.gov.ua/1617635-chyselnist-pensioneriv-ta-serednij-rozmir-yih-pensij-stanom-na-01-04-2019/> (дата звернення: 23.04.2017).
59. Шовкова О. Д. Види ілюзії мислення у когнітивній психології. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Психологія»* : збірник наукових праць. Острог : Вид-во НаУОА, листопад 2018. № 7. С. 33–39.
 60. Як змінилися уподобання та інтереси українців до засобів масової інформації після виборів 2019 р. та початку пандемії COVID-19 (серпень 2020р.). *Разумков Центр* : веб- сайт. URL: <https://cutt.ly/TbVupU9> (дата звернення: 09. 05. 2021).
 61. Auerbach J., Castronovo R. The Oxford Handbook of Propaganda Studies. OUP USA, 2013. 468 p.
 62. Banasik. M. Russia's Hybrid War in Theory and Practice. *Journal of Baltic Security*. Vol. 2. № 1. 2016. P. 157-182. DOI: <https://doi.org/10.1515/jobs-2016-0035>.
 63. Black, J. Semantics and ethics of propaganda. *Journal of Mass Media Ethics*. 2001. Vol. 16. №2-3 P. 121–137. DOI: 10.1080/08900523.2001.9679608.
 64. Bo Petersson. Putin and the Russian mythscape dilemmas of charismatic legitimacy. *Demokratizatsiya*. 2017. Vol. 25. № 3. P. 235–254.
 65. Bremer. T. How the Orthodox Church Views the «Russian World». *Occasional Papers on Religion in Eastern*. 2015. Vol. 35. № 3. P. 43-49. URL: <http://digitalcommons.georgefox.edu/ree/vol35/iss3/4> (Last accessed: 26.04. 2021).
 66. Cull. N. J, Culbert D. H., Welch D. Propaganda and Mass Persuasion: A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present. Santa Barbara, Calif: ABC-CLIO, 2003. 479 p.
 67. Eliasberg W. G. Toward a Philosophy of Propaganda. *Jewish Social Studies*. 1957. Vol. 19, № 1/2. С. 51-63. URL: <http://www.jstor.org/stable/4465517> (Last accessed: 06.05. 2021).

68. Ellul J. Propaganda: The Formation of Men's attitudes / transl. from fr. Kellen. K., Lerner J. New York : Alfred A. Knopf, 1965. 320 p.
69. Gessen M. Surviving autocracy. New York : Riverhead Books, 2020. 288 p.
70. Glasius Marlies Extraterritorial authoritarian practices: a framework. GLOBALIZATIONS. 2018. VOL. 15, № 2. P. 179–197. URL: <https://doi.org/10.1080/14747731.2017.1403781> (Last accessed 19.04.2021).
71. Hadjiemmanuel T. Ukrainian Migrants on the Polish Labour Market. Kyiv : International Organization for Migration, 2008. 149 p.
72. Hamilton J. M. Manipulating the masses: Woodrow Wilson and the Birth of American Propaganda, 2020. LSU Press. 656 p.
73. Hovorun C. War and Autocephaly in Ukraine. *Kyiv-Mohyla Humanities Journal*. 2020. Vol. 7. P. 1–25.
74. Kreitner. R. Post-Truth and Consequences. *Nation*. 2016. Vol. 303. № 25/26. P. 7.
75. Lasswell H. D., Blumenstock D. World Revolutionary propaganda: A Chicago Study. New York : Alfred A. Knopf, 1939. 393 p.
76. Ma V. Propaganda and Censorship: Adapting to the Modern Age. *Harvard International Review*. Winter 2016. Vol. 37. № 2. P. 46–50. URL: <https://www.jstor.org/stable/26445580> (Last accessed 19.04.2021).
77. Nierenberg A. A. Why Does Propaganda Work? Fear-Induced Repression of the Executive Control Brain Network. *Psychiatric Annals*. 2018. Vol. 48, № 7. P. 315. DOI:10.3928/00485713-20180606-01.
78. Richmond J. E. D. Bringing critical thinking to the Education of Developing Country Professionals. *International Education Journal*. Apr. 2007. Vol. 8. № 1. P. 1–29. URL: <https://eric.ed.gov/?id=EJ841627> (Last accessed 19.04.2021).
79. Romerstein H. Counterpropaganda: We Can't Win Without It. *Strategic Influence: Public Diplomacy Counterpropaganda and Political Warfare* / ed. by. J. M. Waller. Washington, 2008. P. 137–180.

80. Sharp. G. From dictatorship to democracy: A conceptual framework for liberation. 4th ed. The Albert Einstein Institution, 2010. 93 p.
81. Smith. B. Lannes.: *Encyclopedia Britannica*, January 24, 2021. URL: <https://www.britannica.com/topic/propaganda> (Last accessed 19.04.2021).
82. Solic M., Baar. V. Religious component in a state's foreign policy. A case study of the Russian Orthodox Church. *Political Sciences / Politické Vedy*. 2020. Vol. 23. № 2. P. 157-199. DOI: <https://doi.org/10.24040/politickevedy.2020.23.2.157-199>.
83. Solic M., Baar. V. The Russian Orthodox Church: An Effective Religious Instrument of Russia's "Soft" Power Abroad. The Case Study of Moldova. *Acta Politologica*. 2019. Vol. 11, № 3. P. 13-41. DOI: https://doi.org/10.14712/1803-8220/9_2019.
84. 2021 World Press Freedom. *Reporters Without Borders* : web page. URL: <https://rsf.org/en/ranking> (Last accessed: 02.04.2021).
85. United States Commission on International Religious Freedom. *Annual report of the United States Commission on International Religious Freedom*. Washington, DC : USCIRF, Apr. 2020. 94 p. URL: https://www.uscirf.gov/sites/default/files/USCIRF%202020%20Annual%20Report_42720_new_0.pdf (Last accessed: 02.04.2021).
86. Watts C. *Messing with the Enemy: Surviving in a Social Media World of Hackers, Terrorists, Russians, and Fake News*. Harper, 2018. 304 p.

ДОДАТКИ

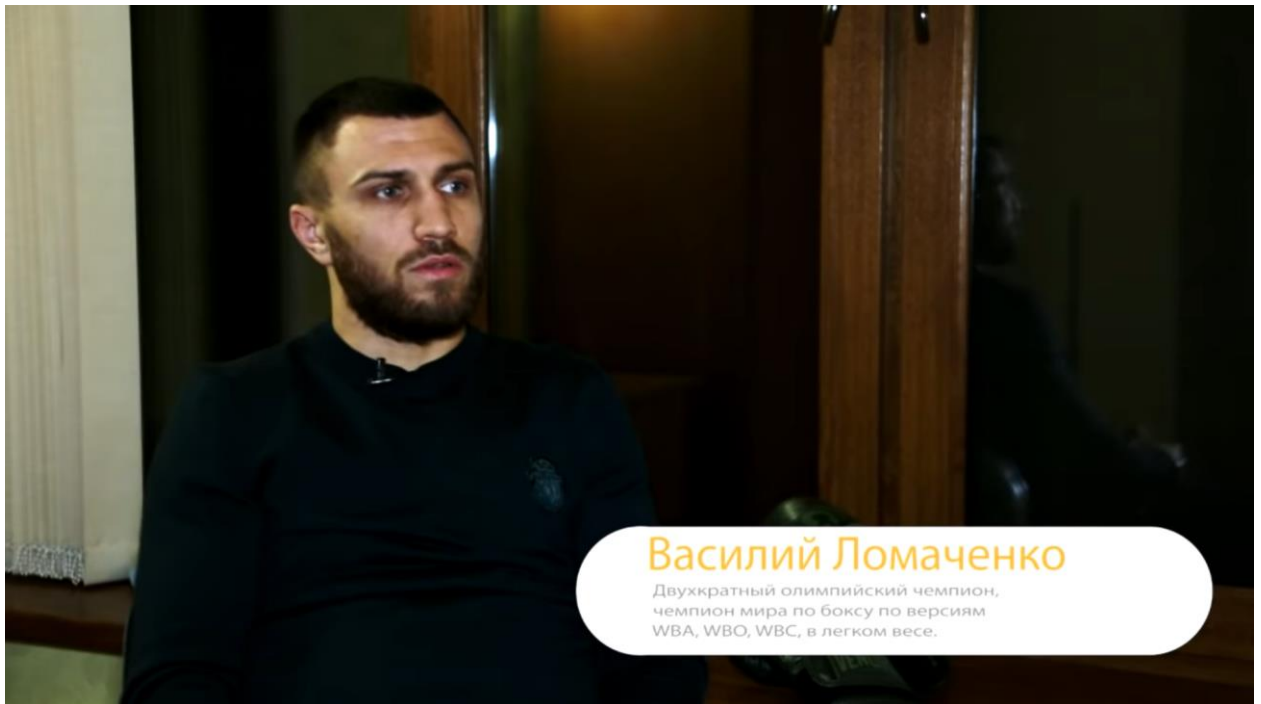
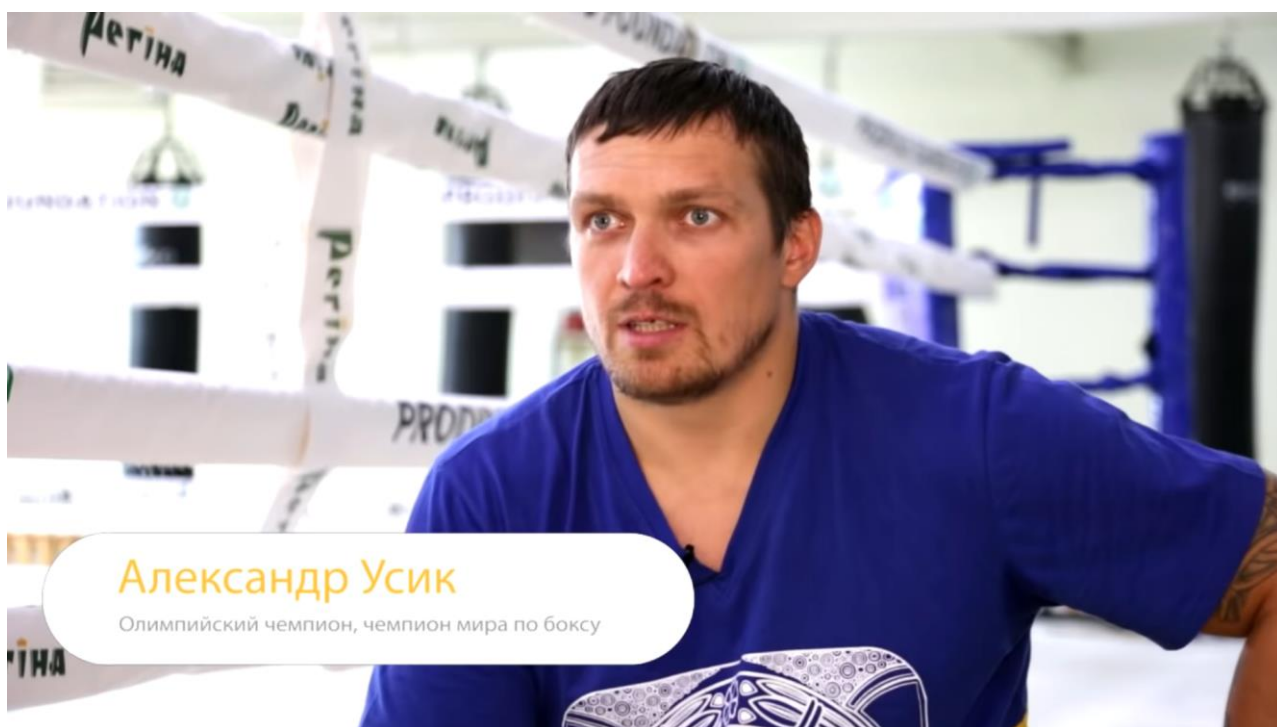


Рис. 1. Кадр з фільму «Здрастуй, брате, Христос Воскрес!». Відомий український боксер Василь Ломаченко стверджує, що українці та росіяни є одним народом.



Александр Усик

Олимпийский чемпион, чемпион мира по боксу

Рис. 2. Кадр з фільму «Здрастуй, брате, Христос Воскрес!». Олександр Усик завдячує своїм перемогам РПЦ та транслює російський наратив про братерство українського та російського народів.



Рис. 3. Кадр з фільму «Паломниця». В кадрі зображено митрополита Володимира. Оксана Марченко розповідає про трагічну історію життя митрополита та його розстріл представниками богоборницької влади в 1918 р.



Рис. 4. Кадр з фільму «Паломниця». Марченко не втрачає можливості провести історичну паралель щодо становища церкви в Україні між часами розстрілу митрополита та 2018 роком, тим самим артикулюючи свій протест проти утворення ПЦУ, яка є незалежною від управління Російською церквою.



Рис. 5. Кадр з фільму «Крим. Шлях на Батьківщину». Риторика з приводу агресії кривавих націоналістів супроводжується зображеннями рядових співробітників поліції, що постраждали в результаті сутичок.



Рис. 6. Кадр з фільму «Крим. Шлях на Батьківщину». Події у фільмі зображуються таким чином, щоб викликати відчуття несправедливості та жалю щодо постраждалих працівників поліції.



Рис. 7. Кадр з фільму «Крим. Шлях на Батьківщину». Українці зображені в ролі варварів, що битами розбивають автобус з кримчанами за відмову спілкуватися українською.



Рис. 8. Кадр з фільму «Крим. Шлях на Батьківщину». Націоналісти не вдовольняються побиттям автобуса й заставляють кримчан їсти скло.



Рис. 9. Кадр з фільму «Крим. Шлях на Батьківщину». Нарешті під тріумфальні вигуки націоналісти спалюють автобус.



Рис. 10. Кадр з фільму «Крим. Шлях на Батьківщину». «Кримська весна» за допомогою кадрів невідомого походження порівнюється зі зруйнованим Донбасом.

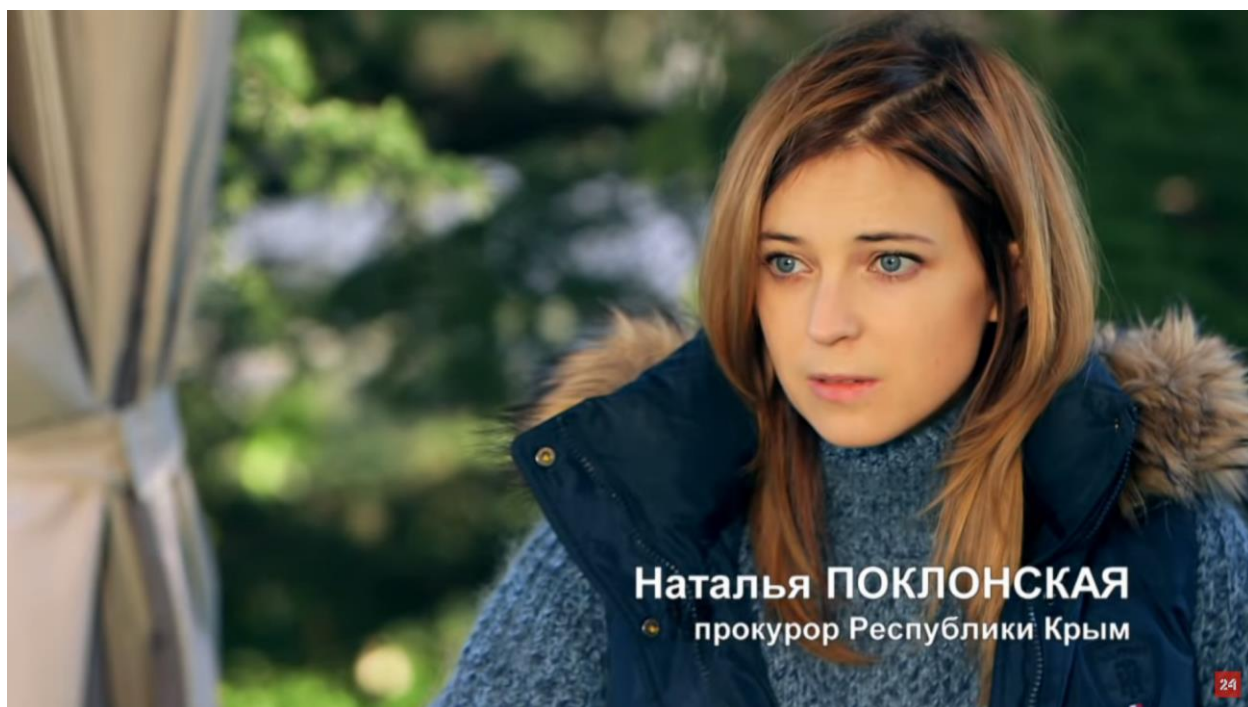


Рис. 11. Кадр з фільму «Крим. Шлях на Батьківщину». Наталія Поклонська пишається тим, що працює російським прокурором й таким чином трансліює наратив про «російську велич».