Київський університет
імені Бориса Грінченка

Borys Grinchenko
Kyiv University

Засновано 2012 р.
Щокварталу

Since 2012
Quarterly

СИНОПСИС
текст, контекст, медіа

2021 — ISSN 2311-259X — 27(3)

Склад редакційної колегії затверджено на засіданні Вченої ради
Київського університету імені Бориса Грінченка від 23.01.2020

Головний редактор:
Русудан Махачашвілі, д-р філол. н., Київський університет імені Бориса Грінченка

Заступник головного редактора:
Роман Козлов, д-р філол. н., Київський університет імені Бориса Грінченка

Члени редколегії:
Людмила Анісімова, канд. філол. н., Київський університет імені Бориса Грінченка
Олена Бондарева, д-р філол. н., Київський університет імені Бориса Грінченка
Артур Себастіан Брацкі, д-р філол. н., Київський університет імені Бориса Грінченка
Олена Бровко, д-р філол. н., Київський університет імені Бориса Грінченка
Ізабелла Буніятова, д-р філол. н., Київський університет імені Бориса Грінченка
Тетяна Видайчук, канд. філол. н., Київський університет імені Бориса Грінченка
Юлія Вишницька, д-р філол. н., Київський університет імені Бориса Грінченка
Наталія Віннікова, д-р філол. н., Київський університет імені Бориса Грінченка
Тетяна Вірченко, д-р філол. н., Київський університет імені Бориса Грінченка
Кароліна Гіллесгайм, д-р філології, Бамберзький університет Отто Фридриха (Німеччина)
Юрген Гіллесгайм, д-р філології, Аусбурзький університет (Німеччина)
Олена Єременко, д-р філол. н., Київський університет імені Бориса Грінченка
Сніжана Жигун (випусковий редактор), д-р філол. н., Київський університет імені Бориса Грінченка
Христо Кафтанджиєв, д-р габілітований з маркетингових комунікацій, маркетингових трансмедіа та маркетингової семіотики, Софійський університет (Болгарія)
Микола Ліпісівіцький, канд. філол. н., Житомирський державний університет імені Івана Франка
Тетяна Мейзерська, д-р філол. н., Київський національний лінгвістичний університет
Світлана Олійник, канд. філол. н., Київський університет імені Бориса Грінченка
Віллі ван Пір, д-р філософії в галузі філології, Мюнхенський університет Людвіга Максиміліана (Німеччина)
Андрій Рижков, канд. філол. н., Національний автономний університет Мексики (Мексика)
Олексій Сінченко, канд. філол. н., Київський університет імені Бориса Грінченка
Ганна Чеснокова, канд. філол. н., Київський університет імені Бориса Грінченка

ISSN 2311-259X

ЗМІСТ

Історія літератури як структура

Ремінісценції танцю Саломеї і танцю смерті
в авторських моделях літератури порубіжжя 128
Оксана Гальчук

«Синя книжечка» Василя Стефаника: поетика серіальності / мозаїчності 136
Тетяна Вірченко

Медіа та віртуальна реальність

Наукова та науково-популярна журналістика:
складнощі дефініції понять і типологізації медіа 141
Оксана Кирилова

Бойові наративи в системі сучасних геополітичних інформаційних війн
(досвід російсько-української гібридної інформаційної війни 2014–2021 рр.) 149
Олександр Курбан

Лінгвістичний аналіз художнього тексту

Комунікативний феномен староукраїнського мираклю
«Драма про Олексія, чоловіка Божого» 159
Ганна Москальчук

Сучасні системи обробки мовних і текстових даних

Дискусія в Імператорській академії наук (1907 рік)
щодо системи правопису «Словаря української мови» 165
Тетяна Видайчук

Витворення авторського лексичного і семантичного словника
у драматургічній практиці Олександра Ірванця 172
Олена Бондарева

Лексикографічні онлайн-знаряддя в роботі перекладача з литовської мови 178
Андрій Козачук

Архівна картотека vs. Transkribus: машинне розпізнавання рукописних матеріалів 184
Оксана Тищенко

Огляди і рецензії

Семантизування слова в тлумачних словниках 191
Юлія Вознюк

Переклади та інтерпретації

Лабораторія перекладу корейської поезії українською:
вірш Кім Мінджон «Вона вперше... почала відчувати» 195
Андрій Рижков

ISSN 2311-259X

https://doi.org/10.28925/2311-259x.2021.3.4
УДК 070:808.5

Олександр Курбан
Київський університет імені Бориса Грінченка
вул. Маршала Тимошенка, 13-Б, м. Київ, 04212, Україна
https://orcid.org/0000-0002-3937-7441
kurbanbairam0791@gmail.com

БОЙОВІ НАРАТИВИ В СИСТЕМІ СУЧАСНИХ ГЕОПОЛІТИЧНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙН (досвід російсько-української гібридної інформаційної війни 2014–2021 рр.)

Актуальність представленого в статті дослідження полягає в особливостях і специфіці проблематики роботи з контентом у сучасних медіа. Ці особливості полягають у використанні мультидисциплінарних підходів, що забезпечуватимуть інтегрований ефект. Одним із таких підходів є використання поняття «наратив» у процесах сучасних інформаційних війн, як в інноваційних соціальних, так і в традиційних медіа. Наратив є мультидисциплінарним явищем, це базова одиниця формування тексту в літературознавстві, технологія формування сенсів у філософії, носій ключових меседжів в інтернет-лінгвістиці та засіб пізнання навколишнього середовища в психології.

З огляду на заявлену актуальність основним предметом дослідження є процеси створення та використання наративів, що застосовуються для здійснення деструктивного впливу на інтернет-користувачів. Вирішення цього завдання відбувається з використанням таких методів, як аналіз і синтез (на основі результатів попередніх досліджень), спостереження (моніторинг медіа та виявлення конкретних фактів, тенденцій, закономірностей), моделювання (алгоритмів функціонування наративів).

У результаті проведеного дослідження було запропоновано та обґрунтовано введення в науковий обіг нового поняття «бойові наративи», що подається як сюжети деструктивного спрямування, які поділяються на супернаративи (основні сюжети) і субнаративи (окремі елементи основних сюжетів). Основним об'єктом дослідження, на основі якого розкрито це поняття, є супернаратив «ностальгія за СРСР» та субнаративи, що його супроводжують. Також було представлено основний алгоритм проникнення деструктивних російських наративів у медіапростір України через три фільтри (російські, проросійські, проукраїнські ЗМІ).

У якості перспектив подальшого вивчення представленої в статті проблематики, визначено необхідність поглибленого дослідження механізмів управління інформаційними процесами в медіа та розробки механізмів захисту від інформаційних атак із використанням бойових наративів. Одними з базових передумов таких рішень є формування критичності мислення, інформаційної стійкості та медіаграмотності в українському медіа середовищі.

Ключові слова: наратив; інформаційна війна; медіа; медіабезпека.

Актуальність. Сучасні інформаційні війни — це передусім протистояння ідей, образів, ідеологій, міфів. Таке протиборство передбачає або їх захист, або нав'язування противнику з метою отримання контролю за його інформаційним полем. Саме з інформаційних баталій починаються сучасні геополітичні конфлікти, і саме вони їх закінчують. Головною зброєю в цих війнах є канали комунікації, які складаються з традиційних ЗМІ (преси, радіо, телебачення) та інноваційних соціальних медіа (інтернет-видань, соціальних мереж, месенджерів, блогів). У якості боєприпасів у форматі інформаційних війн використовують подані у вигляді тематичного контенту меседжі, міфи, ідеї, які разом формують наративи, що, на наш погляд, можна визначити як інтегровані засоби донесення до свідомості та підсвідомості людини необхідної інформації. Ця інформація, своєю чергою, на основі базових нейрокомунікаційних законів формує певні емоційні стани, за допомогою яких здійснюється зовнішнє управління поведінкою опонента або внутрішніх цільових груп. Саме так виглядає сьогодні базовий алгоритм стратегічного управління комунікаційними процесами в будь-якому сучасному суспільстві.

Мета статті. Спираючись на матеріали дослідження російсько-української гібридної інформаційної війни (2014–2020 рр.), визначити основні бойові (атакуючі) наративи, проаналізувати їх структуру та запропонувати їх класифікацію.

Завдання статті:

• визначити рівень розкриття проблеми використання бойових (атакуючих) наративів в інформаційних війнах у науковій і спеціалізованій літературі;

• окреслити зміст і сутність поняття «наратив» та параметри його використання в інформаційних війнах;

© О. Курбан, 2021

• виявити й систематизувати ключові бойові (атакуючі) наративи, які використовуються в межах російсько-української інформаційної війни;

• розробити рекомендації щодо подальшого вивчення та створення ефективних засобів боротьби з деструктивними наративами в ситуації інформаційної війни.

Рівень розробленості теми. Наратив є стрижневим поняттям такої специфічної літературознавчої дисципліни, як наратологія, що виникла в 60-х рр. XX ст. Серед її засновників сучасні дослідники називають таких учених, як В. Пропп, В. Шкловський, М. Бахтін, Н. Фридман, В. Фюгер, П. Рикер (Мамуркина, 2011, с. 226). У 80-х рр. XX ст. навіть велася мова про «наративний поворот» у соціальних науках. Основним лейтмотивом цього повороту І. Троцук уважає «ствердження, що функціонування різних форм знань можна зрозуміти лише через розгляд їх наративної, оповідної, природи» (2004, с. 41).

Отже, поняття «наратив» у літературознавстві визначається як «логоцентричне розповідання (оповідання, повість, роман тощо) із відповідною структурою та процесом самоздійснення як способу буття оповідного тексту, одночасно об'єкт і акт повідомлення про справжні чи фіктивні події, здійснюваний одним (кількома) наратором, адресований іншому (чи кільком) наратору» (Ковалів, 2007, с. 89).

Тема наративів є багатовекторною та має різноманітну спеціалізацію, яка формується відповідно до особливостей контексту і сфери застосування.

У сучасній психології існує окремий науковий напрям, який визначається як наративний підхід. Він полягає у ствердженні, що описати або визначити життя в цілому або окремі його фрагменти найзручніше за допомогою наративу (Эпштейн, 2007). Таким чином доводяться образність і символізм людської свідомості, які допомагають краще сприймати та досліджувати навколишнє середовище і явища людського життя.

Філософська наука визначає наратив як «поняття філософії постмодерну, яке фіксує процесуальність самоздійснення, як засіб існування оповідного (або, за Р. Бартом, "такого, що повідомляє") тексту» (Пигалев, 2015).

Поняття «наратив» сьогодні є також одним із ключових у сфері інтернет-лінгвістики. Зокрема його часто згадують дослідники контенту соціальних онлайн-мереж Л. Компанцева, В. Ліпкан, Т. Попова, Г. Почепцов та інші. За цим профільним визначенням, поняття «наратив» має щонайменше три варіанти інтерпретації. По-перше, як оповідь зі специфічною структурою акту повідомлення. По-друге, як виклад взаємопов'язаних подій, які відтворюються за допомогою послідовно наданих словесних описів чи образів і є лінійним засобом передання фактажу. По-третє, як акт та об'єкт, що несуть у собі певну цінність, яка може бути представлена в термінах волі, обов'язку, знання, влади, від якої йде наратив (Попова, 2016, с. 241).

У контексті дослідження інформаційних війн, на тлі понять і визначень, що використовуються у сфері стратегічних комунікацій, на основі стандартів і документів НАТО поняття наративу має два значення. З одного боку, це письмовий або усний виклад певних подій, тобто історія, з іншого боку, наратив трактується як представлення поглядів або думок певної організації у форматі змістовної історії про саму організацію (Компанцева та ін., 2019, с. 248).

Оцінюючи наратив із позиції стратегії та тактики сучасної інформаційної війни, російський експерт, провідний фахівець Академії військових наук РФ В. Прохватилов визначає його як «розповідь, що не спирається на документально доведені факти, а представляє точку зору розповідача» (Прохватилов).

За визначенням однієї із засновників української школи інтернет-лінгвістики, професорки Л. Компанцевої, наратив — це «просте, достовірне і узагальнююче уявлення концептуального ідеалу, призначеного для транслювання самопоняття організації, цінностей, обґрунтування, легітимності, моральної основи і бачення» (2018, с. 299).

На думку українського експерта з інформаційних війн Г. Почепцова, основним популяризатором наративів у суспільстві є держава (Почепцов). Можна додати до цього, що держава є також і головним їх виробником, бо саме на них будується державна та національна ідеологія.

Формулюючи основи національної інформаційної політики України, експерти Національного інституту стратегічних досліджень запропонували термін «стратегічний наратив», що є «осьовим контентним елементом всієї інформаційної (в т. ч. — пропагандистської) діяльності держави і на його утвердження в цільових аудиторіях (внутрішніх чи зовнішніх) і спрямовується діяльність всіх комунікативних можливостей держави» (Дубов).

Автор концепції «русского мира» О. Дугін, оперуючи базовими поняттями та визначеннями, використовує дотичний до супернаративу термін «історіал». Посилаючись на відомого французького релігієзнавця А. Корбена, О. Дугін пропонує саме так визначати новий методологічний інструментарій оцінки базових параметрів «російської цивілізації». На його думку, «історіал — це не просто історія, це те, що можна назвати ієроісторією, священною історією або смисловою історією, семантичною історією» (Дугин, 2016).

При визначенні наративів і їх класифікації важливе значення має їх практичне спрямування в контексті інформаційно-пропагандистської війни, частиною якої вони є. Таким чином, кожен наратив здійснює певний інформаційний вплив, що, на думку В. Зеленіна, передбачає «цілеспрямоване виробництво і розповсюдження спеціальної інформації, яка здійснює безпосередній вплив (позитивний чи негативний) на функціонування

й розвиток інформаційно-психологічного середовища держави, психіку та поведінку політичної еліти, населення» (2014, с. 33).

У сфері інформаційних війн наративи, що мають деструктивне спрямування, можна визначити як «бойові наративи». За своєю сутністю вони мають атакувальний характер. За визначенням Г. Почепцова, «атакуючий наратив спрямований на знищення наявних в суспільстві, об'єднуючих структур, позбавляючи їх єдиного менталітету» (Почепцов).

Основна частина. У межах російсько-української гібридної війни та її інформаційного складника фіксується активне використання бойових наративів деструктивного характеру, серед яких чітко виокремлюються близько десятка базових, або супернаративів, які, своєю чергою, поділяються на субнаративи за тематикою та напрямами. При цьому під супернаративами розуміємо те, що Л. Компанцева визначає як сюжетну лінію, яка спрямовується на пояснення певних подій або явищ (2018, с. 299). У наративістиці це явище близьке до поняття «наративізація», що визначається як «процес розгортання певної події (історії), розповідання, внаслідок чого виникає наратив» (Ковалів, 2007, с. 91).

Кожний базовий бойовий наратив має свою концепцію представлення, на основі якої створюється відповідний контент (меми, інфографіка, тексти, відео, фото). У наративістиці така концепція визначається як «наративна стратегія», вона являє собою «сукупність оповідних (розповідних) процедур чи засобів, що використовуються, задля досягнення очікуваної мети при репрезентації наративу» (Ковалів, 2007, с. 92). При створенні зазначеного контенту необхідно дотримуватися певних правил і принципів його виробництва. У цьому разі регулятором може бути такий інструмент, як «наративний код» — «система норм, правил, обмежень, на підставі яких означується оповідь» (Ковалів, 2007, с. 93).

Доволі часто, коли мова йде про візуальне втілення наративу у вигляді мему чи інфографіки, для посилення комунікаційного ефекту застосовується його персоніфікація. При цьому використовуються реальні чи вигадані антропоморфні або зооморфні образи. У наративістиці такий персонаж визначається як «наратор», тобто «фіктивний, створений письменником оповідач, повістяр, романіст, переважно один (зрідка кілька) на тому самому дієгетичному просторі, що й наратор, до якого він звертається» (Ковалів, 2007 с. 95).

Аналіз механізмів використання бойових наративів у російсько-українській інформаційній війні проводимо за результатами моніторингу інформаційного поля України, який на регулярній основі здійснює Центр протидії інформаційним агресіям «AM&PM» при Військовому інституті Київського національного університету імені Тараса Шевченка (Аналітика, 2021; Огляд основних напрямків, 2021).

За результатами зведеного аналітичного звіту за 2020 р. із виявлення деструктивних наративів в українському інформаційному полі, експерти Центру «AM&PM» визначили основні супернаративи, за допомогою яких РФ атакувала Україну (Огляд основних напрямків, 2021):

1. Збиття українського пасажирського літака в Ірані.
2. Плівки Гончарука та «рука» Сороса.
3. Коронавірус в Україні: американський полігон, біолабораторії, неспроможність влади організувати стримування коронавірусу.
4. Війна на Сході України.
5. Україна і НАТО.
6. Полювання на російськомовних.

Зазначене дослідження проводилося протягом 16 тижнів 2020 р. (з вересня по грудень) шляхом моніторингу та контент-аналізу матеріалів інтернет-видань, що є частиною українського медіаполя або здійснюють на нього суттєвий вплив. Серед них були такі українські медіа: сайт телеканалу «ZIK», інтернет-портал «Страна.ua», сайт телеканалу «Інтер», сайт газети «Вести», інтернет-агенція «Znaj.ua», інтернет-агенція «Antikor», інтернет-агенція «Politeka», сайт «Голос.ua», інтернет-портал «Шарій.net», сайти телеканалів «1+1», «NewsOne», «112-й», сайт інформаційної агенції «УНН» та інтернет-агенція «Zaxid.net». Досліджувалися також російські видання: інтернет-портал «Russia Today», інтернет-агенція «Lenta.RU», інтернет-портал «Sputnik», інформаційна агенція «Interfax», інтернет-портал «RG.ru», сайт газети «Московский комсомолец в Украине» та інтернет-портал «MK.ru», сайт інформаційної агенції «РИА Новости», інтернет-портал «Life.ru», сайти телеканалів «Россия-24», «Звезда», «Первый», ВДТРК, інтернет-агенція «Rosbalt».

Акцентуємо, що представлені вище наративи є ситуативними або тимчасовими. Вони діють у медійному просторі протягом певного часу, зазвичай декілька тижнів або місяців. Поруч із ними існують і більш довготривалі наративи, експлуатування яких триває роками. Одним із таких довготривалих наративів аналітична група «AM&PM» визначила ностальгію за СРСР (Вперед у світле минуле, 2020). Цей наратив з'явився на початку 2000-х рр. як засіб ідеологічного обґрунтування претензій Російської Федерації на спадок СРСР та спроби відтворити цю державу у форматі Єдиного економічного простору або Митного союзу.

За визначенням експертів «AM&PM», основними субнаративами цього супернаративу стали такі (Вперед у світле минуле, 2020):

1. Росія — це як СРСР, тільки краще.
2. США та НАТО — це зло, проти якого бореться Росія.
3. Росія перемогла нацизм і фашизм.
4. Росія, Білорусь та Україна — братські народи.
5. У Росії гідне й заможне життя.
6. Культ особистості.
7. Захід загниває під вагою аморальності та безкультур'я.

Маємо зазначити, що представлені вище субнаративи є універсальними й використовуються російською пропагандою на всьому пострадянському просторі. Їх можна визначити як основні напрямки реалізації наративної стратегії «ностальгії за СРСР», що використовується російською ідеологічною машиною сьогодні. Безпосередня наративізація цього супернаративу здійснюється за такими меседжами, що втілюються у відповідному тематичному контенті:

1. Розвал СРСР був цивілізаційною помилкою, яка призвела до катастрофічних наслідків в економічній, культурній і політичній сферах на пострадянському просторі. Зникнення СРСР призвело до численних збройних конфліктів та гібридних протистоянь на пострадянському просторі.

2. Російська Федерація є єдиним правонаступником СРСР, саме з нею асоціюється все те позитивне, що було за часів СРСР.

3. Як правонаступник СРСР РФ має право та зобов'язання перед історією об'єднати колишні республіки на основі нового інтегрованого союзного утворення — «Митного союзу» та «Єдиного економічного простору», а також військового блоку Організації договору про колективну безпеку (ОДКБ, чи «Ташкентська угода»).

4. У якості правонаступника СРСР Росія залишає за собою право втручатися у внутрішні конфлікти та надавати економічну, гуманітарну і військову допомогу населенню колишніх радянських республік.

5. Сучасні персоналії російських лідерів (президент, голова уряду, очільник РПЦ, відомі діячі культури й науки, журналісти) є продовжувачами традицій часів СРСР, Російської імперії та Московського царства.

Представлені вище меседжі зібрані за допомогою методів OSINT (open search intelligent) у соціальній онлайн-мережі Facebook і в контенті згаданих вище російських та українських інтернет-видань за пошуковими словами й хештегами «ностальгія за СРСР», «УРСР», «Росія та СРСР», «Спадок СРСР».

Наративний код представленого вище бойового супернаративу та субнаративів і меседжів «Ностальгії за СРСР» характеризується такими правилами:

• контент має високе ностальгічне емоційне забарвлення;

• матеріали чітко орієнтовані на конкретні цільові групи (молодь, людей середнього віку та літніх людей);

• переважна більшість повідомлень мають наратора (в образі громадянина СРСР).

Слід зазначити, що в ідеологічному плані базовою основою для супернаративу ностальгії за СРСР є концепція або історіал, що має назву «русский мир». У його основу було закладено багато доволі контраверсійних елементів російської історії часів середньовіччя (Московське князівство та Московське царство), Нового часу (Російська імперія) та Новітнього часу (СРСР). У цьому історіалі поєднуються комуністична ідеологія та православна релігія, промотіюється культ особистості комуністичних лідерів і представників династії Романових, а також є багато інших елементів.

Чому саме супернаратив ностальгії за часами СРСР був обраний як магістральний для зовнішньої та передусім внутрішньої політики РФ за часів В. Путіна, зрозуміти неважко. У 2000 р., за результатами низки соціологічних досліджень, було зафіксовано абсолютний максимум ностальгічних настроїв росіян із цього приводу — 75 % (Злобин, 2018). Це був початок президентства В. Путіна, і ці показники значною мірою відобразилися в його основних тезах, із якими він ішов до свого виборця. То були часи максимального піке російської економіки, внутрішньої дестабілізації (війна в Чечні, регіональний сепаратизм і слабкість місцевої влади) та зовнішньополітичної слабкої позиції (залежність від західних країн). Російське суспільство ностальгувало за часами радянської стабільності та прагнуло реваншу у вигляді повернення двополярного світового устрою в геополітичному контексті.

Протягом періоду підйому російської економіки, забезпеченого високими цінами на нафту й газ, внутріполітичної стабілізації та зміцнення міжнародного авторитету РФ тема ностальгії за СРСР відійшла на другий план. Політичне керівництво РФ використовувало цей наратив лише в провадженні своєї зовнішньої політики, для обґрунтування реалізації геополітичних проєктів «Митного союзу», «Єдиного економічного простору», а також для формування ідеологічних підстав реалізації військово-політичних кампаній, які здійснювалися проти суверенних країн Грузії, України, Молдови, Вірменії, Білорусі.

Слід зазначити, що таке агресивне промотіювання досліджуваного наративу дало відчутні результати. Так, комплексні розвідки дослідницького центру «Pew Research Center», проведені у 2017 р., виявили найбільш ностальгуючі країни, що були колишніми республіками СРСР. Рекордсменами стали Вірменія — 79 %, Молдова — 70 %, Росія — 69 % та Білорусь — 54 % (Religious Belief and National Belonging, 2017).

Погіршення внутрішньої ситуації в країні та міжнародна ізоляція РФ унаслідок її агресивної зовнішньої політики призвели до нового підйому уваги до наративу ностальгії за СРСР, асоційованим із часами стабільності та величі. За результатами дослідження соціологічної компанії «Левада-центр», у 2018 р. 66 % росіян ностальгували за СРСР (Мухаметшина, 2018; Ностальгия по СССР, 2018).

Представлений вище ефект від промоції наративу ностальгії за СРСР став можливий завдяки створенню та застосуванню потужного, інтегрованого інформаційно-комунікаційного механізму, який був побудований за допомогою інноваційних цифрових, гуманітарних та психотехнологій.

ISSN 2311-259X

Ключовими технічними каналами комунікації, які зазвичай використовуються для трансляції наративу ностальгії за СРСР, є телебачення, інтернет-видання та соціальні мережі. Ці комунікаційні канали створюють потужні медіахолдинги, навколо яких формуються численні офлайн-нетворки (громадські рухи, організації, соціальні прошарки). При цьому основними видами контенту тут є відеоматеріали (сюжети в ЗМІ, тематичні програми, токшоу, кіно та телесеріали), тексти (література, журналістські матеріали, пости в соцмережах), а також візуальні матеріали (тематичні фото, графіка, інфографіка, меми, комікси).

Із кола гуманітарних технологій, які використовуються для промоції досліджуваного наративу, визначаємо як потужні такі: медіавіруси (вірусний контент), меметичні засоби (меми та інфографіка), фейки та діпфейки, дезінформація, пропаганда.

Засоби управління інформаційними процесами в переважній більшості випадків представлені локальними соціальними онлайн-субмережами (ботофермами), нетворкінгами (товариствами та об'єднаннями ветеранів, пенсіонерів, історичних реконстукторів, молодіжними рухами) із використанням інтегрованих програмно-апаратних засобів (ботів) та систем підтримки прийняття управлінських рішень.

Як приклад застосування з боку РФ інноваційних технологій управління інформаційними процесами можна навести результати дослідження, проведеного у 2020 р. експертами Центру протидії інформаційним агресіям «AM&PM» (Курсанти дослідили, 2020). При аналізі специфіки інформаційних атак з боку РФ проти медійного поля України було виявлено певні особливості, які дають підстави вести мову про декілька рівнів ЗМІ, через які деструктивні наративи та меседжі надходять до українського інформаційного поля (Федорків, 2020). На першому етапі відповідні повідомлення розміщуються у відверто токсичних російських пропагандистських ЗМІ, до яких можна віднести «Russia Today», «Sputnik», «РИА Новости», «Life.ru», «Россия-24», «Звезда». На другому етапі відносно нейтральні російські медіа («Interfax», «MK.ru», «RG.ru» та «Rosbalt») та українські проросійські («Страна.ua», «Вести», «ZIK», «NewsOne», «Інтер» та «112-й») поширюють зазначену інформацію з посиланням на токсичні медіа першого рівня (етапу), таким чином їх частково реабілітуючи. На третьому етапі відредагована російська деструктивна інформація проникає у відносно нейтральні українські («Znaj.ua», «Antikor», «Politeka», «Голос.ua», «Zaxid.net», «1+1» та «УНН») та проукраїнські ЗМІ, остаточно легалізуючи російські наративи й меседжі.

Серед найбільш популярних маніпулятивних психотехнологій, які використовуються з боку РФ для промоції наративу ностальгії за СРСР, є такі, як «Вікно Овертона» (трансформація сенсів і сталення до певних подій чи фактів) та нейрокомунікації (розбудова асоціативних векторів на рівні підсвідомого та базових інстинктів). Активно використовуються типові рекламні методи нав'язування «правильної думки», а саме: метод стверджувального висловлювання; метод вибіркового добору інформації; метод використання слоганів; метод концентрації на певних рисах та особливостях; метод додаткового свідчення; метод переможної сторони; метод авторитетів; метод контрастів і порівняння; метод превентивних дій; метод позитивних і зрозумілих образів (Методы рекламного воздействия, 2002).

Розглянемо показові приклади використання цих методів у візуалізованому варіанті подання контенту. Представлені далі меми взято із соціальної мережі Facebook — тематичних сторінок «Мы из СССР», «Советский Союз», «Советский Союз / The Soviet Union» і груп «Советский Союз!», «СССР», «Рожденные в СССР».

Метод стверджувального висловлювання передбачає використання даних або фактів, які не потребують підтвердження та сприймаються як доведена реальність. На цьому акцентують, коли намагаються представити СРСР як державу, що надавала людям гарантований соціальний статус і забезпечення (рис. 1).

Рис. 1. Метод стверджувального висловлювання: контент

Метод вибіркового добору інформації передбачає обрання та використання у візуалізації наративу саме тих фактів, які є найбільш зручними для його промоції. При застосуванні цього методу звертають увагу на позитивні сторони життя в СРСР (рис. 2).

Метод додаткового свідчення передбачає наявність уточнювальних або підкріплювальних додаткових фактів чи свідчень, які посилюють інформаційний ефект. При просуванні наративу ностальгії за СРСР цей прийом використовують для підсилення відчуття високої якості життя в СРСР. Найчастіше це стосується продуктів харчування й товарів широкого вжитку (рис. 3).

ISSN 2311-259X

Метод переможної сторони стимулює бажання спостерігачів бути на боці тих, за ким правда, або тих, хто є переможцем. Цей метод використовують, коли хочуть показати значущість перемоги СРСР у Другій світовій війні, будівництві значних об'єктів, суттєвих економічних досягненнях (рис. 4).

Рис. 2. Метод вибіркового добору інформації: контент

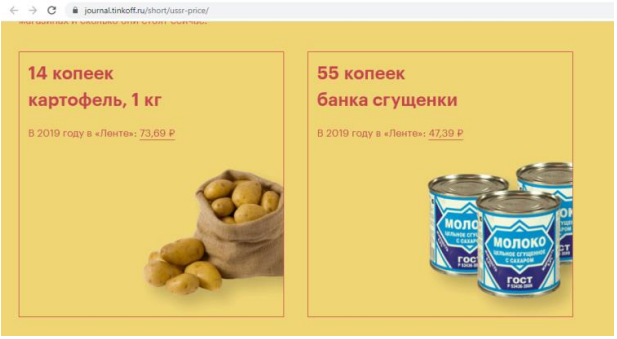

Рис. 3. Метод додаткового свідчення: контент

Рис. 4. Метод переможної сторони: контент

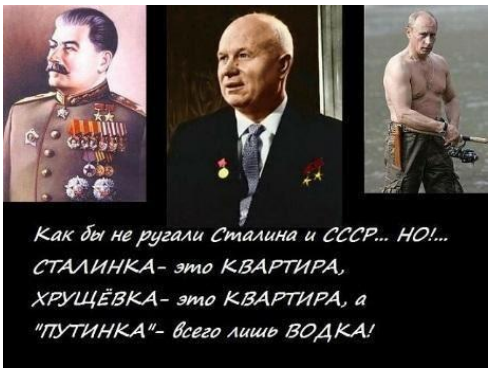

Рис. 5. Метод авторитетів: контент

Метод авторитетів передбачає підтвердження певного судження або думки за допомогою лідерів громадської думки чи відомих особистостей. Доволі часто в цьому випадку використовують таких радянських політичних лідерів, як Й. Сталін, Л. Брежнєв, М. Хрущов. При цьому образи найбільш успішних радянських лідерів прив'язують до образів сучасних російських лідерів, і передусім В. Путіна (рис. 5).

Метод контрастів і порівняння передбачає представлення певної ідеї як такої, що порівнюється з позитивними речами та контрастує з відверто негативними. У цьому разі використовуються порівняння приємних сторін життя в СРСР зі складними реаліями сьогодення, особливо коли потрібно підкреслити аспекти соціального розшарування між заможними та незаможними верствами населення (рис. 6).

Метод позитивних і зрозумілих образів використовується, коли певна ідея подається або позиціонується на тлі явищ чи подій, які несуть у собі доведений позитивний зміст. Цей підхід дає можливість представляти епоху СРСР як міфічний «золотий час», коли все було добре, усі були здорові та задоволені своїм життям (рис. 7).

ISSN 2311-259X

Рис. 6. Метод контрастів та порівняння: контент

Рис. 7. Метод позитивних і зрозумілих образів: контент

Оцінюючи специфіку й особливості промоції супернаративу ностальгії за СРСР, маємо визначити його інтегрований характер, який передбачає використання складних цифрових, управлінських і психотехнологій. Така комплексність дає його промоутерам змогу гнучко реагувати на запити цільових аудиторій, обставини зовнішнього середовища та виробляти ефективний контент, який проходить крізь фільтри національних ЗМІ.

Як засвідчує історія російсько-української інформаційної війни, саме цей наратив був ключовим при реалізації РФ у 2014 р. військово-політичної операції «русская весна», метою якої було захоплення суверенних українських територій — Криму та частини Донбасу. Апеляція до часів СРСР — потужний тригер, за допомогою якого російські агресори перетягнули на свій бік відчутну частину населення окупованих українських територій. Цей наратив народився вже в перші роки після розвалу СРСР, а на свій пік вийшов у 2000 р. (75 % у РФ) та 2018 р. (66 %), тобто в ті часи, коли РФ перебувала в найбільш кризовому стані.

Складність і гнучкість алгоритмів управління інформаційними процесами, що реалізуються російською стороною при промоції досліджуваного наративу, ставить перед нами низку питань щодо розбудови ефективної системи протидії. На наш погляд, українській стороні конфлікту сьогодні потрібно забезпечити реалізацію таких завдань.

По-перше, провести глибинне й усебічне вивчення всіх аспектів психологічного впливу цього наративу як на цільову аудиторію в цілому, так і на кожну конкретну цільову групу. Це можна принаймні частково вирішити шляхом системного моніторингу інформаційного поля, а також за рахунок експертних опитувань та опитувань представників конкретних цільових груп.

По-друге, визначити, які канали комунікації та інструменти донесення інформації із субнаративами та меседжами цього супернаративу сьогодні використовує російська сторона.

По-третє, проаналізувати зміст і сутність маніпулятивних психотехнологій, які використовуються для промоції досліджуваного супернаративу.

По-четверте, на основі результатів зазначених вище напрямів досліджень розробити комплексну програму протидії та нейтралізації досліджуваного наративу.

По-п’яте, розробити та провести комплексну інформаційно-роз’яснювальну кампанію з розкриття деструктивної сутності супернаративу ностальгії за СРСР.

По-шосте, включити в тренінгові програми з формування навичок критичності мислення та інформаційної стійкості тематику і кейси, пов’язані з досліджуваним наративом.

Висновки. Підбиваючи підсумки дослідження бойових наративів як складника сучасної інформаційної війни, маємо наголосити: будь-яка сучасна відкрита війна або гібридний конфлікт є боротьбою певних сенсів, що відображають спосіб життя й цінності сторін. Одним із ключових виразників та елементів таких протистоянь є наратив. Останній визначають як певну розповідь, що базується на реальних або вигаданих фактах і несе в собі певні меседжі та сенси. Наратив

є ключовим поняттям наративістики, яка виокремилася ще в 60-х рр. XX ст. як галузь, спрямована на розуміння і трактування механізмів функціонування наративів.

За структурою та призначенням наративи можуть бути нейтральними або бойовими (атакуючими), а також поділяються на супернаративи (або стратегічні наративи) та субнаративи. Типологізування та класифікування наративів, а також їх визначення залежать від їхньої специфіки та сфери використання. Для ефективного управління інформаційними процесами з використанням бойових наративів необхідно враховувати такі складники, як наративна стратегія (сукупність процедур і засобів управління), наративний код (система норм і правил створення) та наратор (персона оповідача).

У контексті російсько-української інформаційної війни, що перейшла в активну фазу у 2014 р., використовуються кілька десятків бойових супернаративів, які, своєю чергою, поділяються на кілька субнаративів. Найбільш експлуатованим і небезпечним є супернаратив ностальгії за СРСР, який РФ використала при здійсненні військово-політичної операції із захоплення Криму та розпалювання війни на Донбасі. Цей супернаратив має щонайменше п'ять субнаративів, що розкривають цілі та завдання, які очільники Росії переслідують у своїх планах щодо України.

Просування супернаративу ностальгії за СРСР в українське інформаційне поле здійснюється через три рівні медіа — російські, проросійські українські та незалежні українські ЗМІ за допомогою низки цифрових, управлінських і психотехнологій. Протистояння України такого роду інформаційним атакам можливе лише за умови здійснення системної загальнонаціональної оптимізації ресурсів та поширення серед українського населення знань і навичок у напрямі критичного мислення, інформаційної стійкості та фактчекінгу. Суттєву увагу потрібно приділити також розбудові системі комплексного моніторингу інформаційних загроз. Важливе значення можуть мати розробки профільних вітчизняних науковців, які треба спрямовувати на природу таких явищ, як фейки, дезінформація та деструктивні наративи.

Покликання

Аналітика. (2021, 3 травня). *AM&PM*. http://am-pm.org.ua/category/analytics

Вперед у світле минуле, або Як російська пропаганда маніпулює на ностальгії за СРСР (2020, 24 листопада). *AM&PM*. http://am-pm.org.ua/publications/articles/785/вперед-у-світле-минуле-або-як-російськ

Дубов, Д. (2016, 3 листопада). «Стратегічний наратив»: до проблеми реалізації сутнісної складової стратегічних комунікацій в Україні. Аналітична записка. *Національний інститут стратегічних досліджень*. https://niss.gov.ua/doslidzhennya/informaciyni-strategii/strategichniy-narativ-do-problemi-realizacii-sutnisnoi

Дугин, А. (2016, 7 июня). Нам необходимо согласие относительно нашего прошлого. *Изборский клуб*. https://izborsk-club.ru/9386

Зеленін, В. (2014). *По той бік правди: НЛП як зброя інформаційно-пропагандистської війни*. Віндрук.

Злобин, А. (2018, 19 декабря). Ностальгия россиян по СССР достигла максимума за 10 лет. *Forbes*. https://www.forbes.ru/obshchestvo/370571-nostalgiya-rossiyan-po-sssr-dostigla-maksimuma-za-10-let

Компанцева, Л. (2018). *Лінгвістична експертиза соціальних мереж*. Аграр Медіа Груп.

Компанцева, Л., Акульшин, О., Акульшина. Н., Дєдушкіна, Т., Заруба, О., Зубченко, О., Хома, І., Чернігівська, Н. (2019). *Базові поняття стратегічних комунікацій: стандарти на основі документів НАТО (англійсько-український та українсько-англійський словник)*. Національна академія СБУ.

Курсанти дослідили основні проблеми інформаційної стійкості військовослужбовців ЗСУ (2020, 4 листопада). *АрміяINFORM.* https://armyinform.com.ua/2020/11/kursanty-doslidyly-osnovni-problemy-informaczijnoyi-stijkosti-vijskovosluzhbovcziv-zsu

Мамуркина, О. (2011). Теория нарратива в современном литературоведении. *Царскосельские чтения. Языкознание и литературоведение*. https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-narrativa-v-sovremennom-literaturovedenii/viewer

Методы рекламного воздействия (2005, 10 марта). *Advertology. Наука о рекламе*. http://www.advertology.ru/article11524.htm

Мухаметшина, Е. (2018, 19 декабря). Число сожалеющих о распаде СССР достигло максимума за десятилетие. *Ведомости*. https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2018/12/18/789656-sssr

Ковалів, Ю. (Авт.-укл.). (2007). *Літературознавча енциклопедія: Т. 2*. Академія.

Ностальгия по СССР (2018, 19 декабря). *Левада-центр.* https://www.levada.ru/2018/12/19/nostalgiya-po-sssr-2

Огляд основних напрямків російської дезінформації проти України в 2020 році. *AM&PM.* http://am-pm.org.ua/analytics/1006/огляд-основних-напрямків-російської

Пигалев, А. (2015). Нарратив. *Философский словарь*. http://endic.ru/philosophy/Narrativ-3332.html

Попова, Т., Ліпкан, В. (2016). *Стратегічні комунікації: словник*. ФОП О. С. Ліпкан.

Почепцов, Г. (2020, 4 сентября). Нарративные войны на постсоветском пространстве: Беларусь, Россия, Украина. *Незалежний культурологічний часопис «Ї»*. http://www.ji-magazine.lviv.ua/2020/narrativnye-vojny-na-postsovetskom-prostranstve.htm

Прохватилов, В. (2020, 22 апреля). Боевые нарративы и Большие Данные как когнитивная машина Судного дня. *Научно-исследовательский центр проблем национальной безопасности*. https://nic-pnb.ru/vneshnepoliticheskie-aspekty-bezopasnosti/boevye-narrativy-i-bolshie-dannye-kak-kognitivnaya-mashina-sudnogo-dnya

Троцук, И. (2004). Нарратив как междисциплинарный методологический конструкт в современных социальных науках. *Вестник РУДН. Серия: Социология, 1,* 41–53. https://cyberleninka.ru/article/n/narrativ-kak-mezhdistsiplinarnyy-metodologicheskiy-konstrukt-v-sovremennyh-sotsialnyh-naukah/viewer

Федорків, М. (2020, 18 грудня). Як російські фейки проникають в український медіа-простір. *АрміяINFORM.* https://armyinform.com.ua/2020/12/yak-rosijski-fejky-pronykayut-v-ukrayinskyj-mediaprostir

Эпштейн, М. (2007). Жизнь как нарратив и тезаурус. *Московский психотерапевтический журнал, 4,* 47–56. http://www.emory.edu/INTELNET/Epstein_life_thesaurus.htm

Religious Belief and National Belonging in Central and Eastern Europe (2017, May 10). *Pew Research Center*. *Religion & Public Life.* https://www.pewforum.org/2017/05/10/religious-belief-and-national-belonging-in-central-and-eastern-europe

References (translated and transliterated)

Analityka [Analytics]. (2021, May 3). *AM&PM.* http://am-pm.org.ua/category/analytics

Dubov, D. (2016, November 3). "Stratehichnyi naratyv": do problemy realizatsii sutnisnoi skladovoi stratehichnykh komunikatsii v Ukraini. Analitychna zapyska ["Strategic Narrative": to the problem of realization of the essential component of

strategic communications in Ukraine. Analytical note]. *Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen*. https://niss.gov.ua/doslidzhennya/informaciyni-strategii/strategichniy-narativ-do-problemi-realizacii-sutnisnoi

Dugin, A. (2016, June 7). Nam neobkhodimo soglasie otnositelno nashego proshlogo [We need agreement on our past]. *Izborskiy klub*. https://izborsk-club.ru/9386

Epshteyn, M. (2007). Zhizn kak narrativ i tezaurus [Life as a narrative and a thesaurus]. *Moskovskiy psikhoterapevticheskiy zhurnal, 4,* 47–56. http://www.emory.edu/INTELNET/Epstein_life_thesaurus.htm

Fedorkiv, M. (2020, December 18). Yak rosiiski feiky pronykaiut v ukrainskyi media-prostir [How Russian fakes penetrate the Ukrainian media space]. *ArmiiaINFORM.* https://armyinform.com.ua/2020/12/yak-rosijski-fejky-pronykayut-v-ukrayinskyj-mediaprostir

Kompantseva, L. (2018). *Linhvistychna ekspertyza sotsialnykh merezh* [Linguistic examination of social networks]. Ahrar Media Hrup.

Kompantseva, L., Akulshyn, O., Akulshyna. N., Diedushkina, T., Zaruba, O., Zubchenko, O., Khoma, I., & Chernihivska, N. (2019). *Bazovi poniattia stratehichnykh komunikatsii: standarty na osnovi dokumentiv NATO (anhliisko-ukrainskyi ta ukrainsko-anhliiskyi slovnyk)* [Basic concepts of strategic communications: standards based on NATO documents]. Natsionalna akademiia SBU.

Kovaliv, Yu. (Ed.). (2007). Literaturoznavcha entsyklopediia: T. 2. [Literary encyclopedia]. Akademiia.

Kursanty doslidyly osnovni problemy informatsiinoi stiikosti viiskovosluzhbovtsiv ZSU (2020, November 4). [The cadets researched the main problems of information stability of the Armed Forces]. *ArmiiaINFORM.* https://armyinform.com.ua/2020/11/kursanty-doslidyly-osnovni-problemy-informaczijnoyi-stijkosti-vijskovosluzhbovcziv-zsu

Mamurkina, O. (2011). Teoriya narrativa v sovremennom literaturovedenii [Narrative theory in modern literary criticism]. *Tsarskoselskie chteniya. Yazykoznanie i literaturovedenie*. https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-narrativa-v-sovremennom-literaturovedenii/viewer

Metody reklamnogo vozdeystviya (2005, March 10). [Methods of advertising influence]. *Advertology. Nauka o reklame*. http://www.advertology.ru/article11524.htm

Mukhametshina, Ye. (2018, December 19). Chislo sozhaleyushchikh o raspade SSSR dostiglo maksimuma za desyatiletie [The number of regrets about the collapse of the USSR reached a maximum in a decade]. *Vedomosti*. https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2018/12/18/789656-sssr

Nostalgiya po SSSR (2018, December 19). [Nostalgia for USSR]. *Levada-tsentr.* https://www.levada.ru/2018/12/19/nostalgiya-po-sssr-2

Ohliad osnovnykh napriamkiv rosiiskoi dezinformatsii proty Ukrainy v 2020 rotsi [Review of the main directions of Russian disinformation against Ukraine in 2020]. *AM&PM.* http://am-pm.org.ua/analytics/1006/огляд-основних-напрямків-російської

Pigalev, A. (2015). Narrativ [Narrative]. *Filosofskiy slovar*. http://endic.ru/philosophy/Narrativ-3332.html

Pocheptsov, G. (2020, September 4). Narrativnye voyny na postsovetskom prostranstve: Belarus, Rossiya, Ukraina [Narrative warriors in the post-Soviet space: Belarus, Rossyia, Ukraine]. *Nezalezhnyi kulturolohichnyi chasopys "Ї"*. http://www.ji-magazine.lviv.ua/2020/narrativnye-vojny-na-postsovetskom-prostranstve.htm

Popova, T., & Lipkan, V. (2016). *Stratehichni komunikatsii* [Strategic communications]. FOP O. S. Lipkan.

Prokhvatilov, V. (2020, April 22). Boevye narrativy i Bolshie Dannye kak kognitivnaya mashina Sudnogo dnya [Battle Narratives and Big Data as a Cognitive Doomsday Machine]. *Nauchno-issledovatelskiy tsentr problem natsionalnoy bezopasnosti*. https://nic-pnb.ru/vneshnepoliticheskie-aspekty-bezopasnosti/boevye-narrativy-i-bolshie-dannye-kak-kognitivnaya-mashina-sudnogo-dnya

Religious Belief and National Belonging in Central and Eastern Europe (2017, May 10). *Pew Research Center*. *Religion & Public Life.* https://www.pewforum.org/2017/05/10/religious-belief-and-national-belonging-in-central-and-eastern-europe

Trotsuk, I. (2004). Narrativ kak mezhdistsiplinarnyy metodologicheskiy konstrukt v sovremennykh sotsialnykh naukakh [Narrative as an interdisciplinary methodological construct in modern social sciences]. *Vestnik RUDN. Seriya: Sotsiologiya, 1,* 41–53. https://cyberleninka.ru/article/n/narrativ-kak-mezhdistsiplinarnyy-metodologicheskiy-konstrukt-v-sovremennyh-sotsialnyh-naukah/viewer

Vpered u svitle mynule, abo Yak rosiiska propahanda manipuliuie na nostalhii za SRSR [Forward to the bright past or how Russian propaganda manipulates nostalgia for the USSR]. (2020, November 24). *AM&PM*. http://am-pm.org.ua/publications/articles/785/вперед-у-світле-минуле-або-як-російськ

Zelenin, V. (2014). *Po toi bik pravdy: NLP yak zbroia informatsiino-propahandystskoi viiny* [On the other side of the truth: NLP as a weapon of information and propaganda war]. Vindruk.

Zlobin, A. (2018, December 19) Nostalgiya rossiyan po SSSR dostigla maksimuma za 10 let [Russians' nostalgia for the USSR has reached a maximum in 10 years]. *Forbes*. https://www.forbes.ru/obshchestvo/370571-nostalgiya-rossiyan-po-sssr-dostigla-maksimuma-za-10-let

Oleksandr Kurban
Borys Grinchenko Kyiv University, Ukraine

COMBAT NARRATIVES IN THE SYSTEM OF MODERN GEOPOLITICAL INFORMATION WARS (experience of the Russian-Ukrainian hybrid information war of 2014–2021)

The relevance of the research presented in the article lies in the features and specifics of the issue of working with content in modern media. These features are the use of multidisciplinary approaches that will provide an integrated effect. One such approach is the use of the concept of "narrative" in the processes of modern information wars, both in innovative social and traditional media. Narrative is a multidisciplinary phenomenon, it is the basic unit of text formation in literary criticism, the technology of meaning formation in philosophy, the bearer of key messages in online linguistics and the means of learning about the environment in psychology.

Based on the stated relevance, the main subject of the study are the processes of creating and using narratives used to exert destructive influence on Internet users. This problem is solved using such methods as: analysis and synthesis (based on the results of previous research), observation (media monitoring and identification of specific facts, trends and patterns), modeling (algorithms for the functioning of narratives). As a result of the study, the introduction of a new concept of "combat narratives" was proposed and substantiated, which is presented as destructive plots, which are divided into super narratives (main plot) and subnarratives (individual elements of the main plot). The main object of study, on the basis of which this concept is revealed, is the

supernarrative "nostalgia for the USSR" and the subnarratives that accompany it. The main algorithm of penetration of destructive Russian narratives into the media space of Ukraine through three filters (Russian, pro-Russian, pro-Ukrainian mass media) was also presented.

As prospects for further study of the issues presented in the article, the need for in-depth study of mechanisms for managing information processes in the media and the development of mechanisms for protection against information attacks using combat narratives. One of the basic prerequisites for such decisions is the formation of critical thinking, information stability and media literacy in the Ukrainian media environment.

Keywords: narrative; information war; media; media security.

Стаття надійшла до редколегії 01.06.2021