

Заклад вищої освіти «Український католицький університет»

Гуманітарний факультет

Кафедра культурології

Кваліфікаційна робота

на тему «Прояви постмодернізму в дискурсах російсько-української війни:
ідеологія та пропаганда»

Виконала: студентка 4 курсу, групи ГКУ19/Б
Галузі знань 03 Гуманітарні науки
Спеціальності 034 Культурологія
Освітньої програми “Культурологія”
Освітній ступінь Бакалавр

_____ Мікула М. Р _____
(прізвище та ініціали)

Керівник _____ Мірошніченко В.С _____
(прізвище та ініціали)

Рецензент _____ Коваленко Ю.С _____
(прізвище та ініціали)

Львів – 2023 року

MANIFESTATIONS OF POSTMODERNISM IN THE DISCOURSES OF THE RUSSIAN-UKRAIANIAN WAR: PROPAGANDA AND IDEOLOGY

Анотація. Основним фокусом цього дослідження є російська пропаганда та її постмодерні прояви в дискурсі російсько-української війни, а саме в період повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 р. У бакалаврській роботі досліджується як і теоретично, так і на практиці феномен «постмодерної» пропаганди та ідеології, які російський уряд використовує з метою спотворити дійсність, викликати недовіру та схилити споживача до вигідної Кремлю медійної повістки. В першому розділі окреслені теоретичні складові дослідження, де розглядається відповідна термінологія, історіографія та загальна рамка постмодерних перспектив у суспільствах та медіях. Другий розділ аналітичний, де ми визначаємо та характеризуємо відповідні класичні прояви постмодернізму і переносимо їх на російські реалії, зокрема враховуючи дискурс російсько-української війни. Третій розділ є практичним, де ми розглядаємо конкретні прояви постмодерну у пропаганді та ідеології, зокрема порівнюючи сучасний підхід до висвітлення подій із тим, що Росія застосовувала під час сирійської військової операції. Робота має на меті визначити, чи дотичні російська пропаганда та ідеологія до постмодернізму і якщо так, то яким чином ми можемо це виявити спираючись на особливості медійного поля в контексті війни Росії проти України.

Ключові слова: постмодернізм, пропаганда, ідеологія, Росія, Україна, російсько-українська війна, медії, цинізм, суспільство, пост-правда, контрпропаганда, легітимізація.

Annotation. The main focus of this research is Russian propaganda and its postmodern manifestations in the discourse of the Russian-Ukrainian war, specifically the full-scale invasion on February 24, 2022. The bachelor's thesis theoretically and practically investigates the phenomenon of «postmodern» propaganda and ideology used by the Russian government to distort reality, evoke distrust, and sway the audience toward the Kremlin's media agenda. The first chapter outlines the theoretical components of the research, including the relevant terminology, historiography, and the general framework of postmodern perspectives in societies and media. The second chapter is analytical, where we identify and characterize the corresponding classical manifestations of postmodernism and apply them to the Russian context, particularly considering the discourse of the Russian-Ukrainian war. The third chapter is practical, where we examine specific manifestations of postmodernity in propaganda and ideology, comparing the contemporary approach to covering events with what Russia employed during the Syrian military operation. The study's objective is to determine whether Russian propaganda and ideology intersect with postmodernism and, if so, how we can identify it based on the peculiarities of the media landscape in the context of Russia's war against Ukraine.

Keywords: postmodernism, propaganda, ideology, Russia, Ukraine, Russo-Ukrainian war, media, cynicism, society, post-truth, counterpropaganda, legitimization.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ	8
1.1. Ключові терміни і поняття дослідження	8
1.2. Історіографія дослідження	11
1.3. Постмодерні перспективи сучасного суспільства	15
РОЗДІЛ II. ПОСТМОДЕРНІЗМ, МЕДІА ТА ПРОПАГАНДА	20
2.1. Російське суспільство: постмодерний цинізм.....	20
2.2. Природа медіа: СРСР та Російська Федерація.....	23
РОЗДІЛ III. КЕЙСИ ПОСТМОДЕРНОЇ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ ... 31	
3.1. Кейс російської пропаганди під час військової кампанії в Сирії	31
3.2. Кейс російської пропаганди у війні з Україною	33
3.3. Інструментарій російської пропаганди.....	35
3.4. Аналіз медійного контенту наслідків російських військових кампаній: Алеппо і Маріуполь	37
3.5. Контрпропаганда: війна іншими засобами	41
ВИСНОВКИ	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ	49

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Аналіз російської пропаганди через призму постмодерністського дискурсу є відносно новим і малодослідженим полем. Втручання Росії в Україну стало плацдармом для пропагандистських практик, технік та наративів, які розкривають не тільки глобальні тенденції в медіа, а і більш локальні, унікальні підходи до роботи з інформацією. Інформаційна війна, як вже було доведено на практиці, відіграє суттєву роль в формуванні суспільного бачення і ставлення, вона є новою формою війни, більш довершеною, тому що їй не потрібна зброя чи реальні фізичні ресурси, аби підтримувати своє існування. Інформаційна війна утилізує сам феномен інформації та інформованості – пропаганда є використанням інформації у спотвореному вигляді, вона використовується як зброя в цих нових гібридних війнах.

Російська манера застосування інформації в пропагандистських цілях вже тривалий час викликає зацікавлення в контексті соціологічних, культурологічних та політичних наук. Тому функціонування російської пропаганди в еру, коли у людини є майже повний доступ до необхідної інформації та можливість спростувати хибну думку, часто викликає подив. Проте саме технології дозволили пропаганді існувати у такій формі, у якій вона існує зараз. Постмодерність російської пропаганди є наслідком природи сучасних медій та символом, настроєм і духом суспільства, яке готове її прийняти. Актуальність теми дослідження полягає в необхідності зрозуміти та викрити цей зв'язок, пояснити саму механіку пропаганди через контекст, ідеологію, практики, методи та впливи, опираючись на дискурс російсько-української війни. Досі російська пропаганда сприймалася недостатньо серйозно не тільки міжнародною, а і українською спільнотою, хоча вона тривалий час була безпосередньою її жертвою.

Повномасштабна війна висвітлила ці проблеми: вперше за довгий час українське суспільство побачило в Росії ворога не в якості умовного презентера

брехні в ООН, а цілком реального носія ідеологічних та пропагандистських наративів, який втілює їх в акті війни. Дослідження пропаганди через дискурс російсько-української війни уможливує не тільки розуміння її експлікації як такої (суспільної, політичної, тощо), а і більш ширший філософський вимір, який в межах цієї культурологічної теорії стосується саме постмодернізму.

Об'єктом дослідження є дискурсивний простір російсько-української війни.

Предметом дослідження є прояви ідеології та пропаганди в дискурсивній складовій російсько-української війни.

Метою дослідження є аналіз пропаганди та відповідної ідеології як проявів постмодернізму в контексті російської військової агресії проти України,

Для досягнення поставленої мети потрібно виконати наступні дослідницькі завдання:

- окреслити історіографію та основні поняття дослідження;
- проаналізувати окремі аспекти постмодернізму та виявити їхній вплив на російську пропаганду в контексті війни;
- визначити та дослідити експлікацію пропаганди та ідеології в російському суспільстві;
- розглянути деякі наративи контрпропаганди в дискурсі російсько-української війни;
- дослідити кейси пропаганди в межах російської військової операції в Сирії та російсько-української війни, виявити спільні риси, техніки та підходи.

Теоретичні підходи і методи. Методологічною основою дослідження є міждисциплінарний культурологічний підхід, що реалізовує можливості аналітичного методу, а також герменевтичного аналізу.

У ході дослідження використано історико-культурний аналіз – для дослідження ідейних джерел російської пропаганди; компаративний підхід – для спільних та відмінних особливостей російської пропаганди щодо війни в Сирії та Україні; термінологічний аналіз – для уточнення значення основних понять, які використовуються в роботі.

Теоретичною основою дослідження є: тези П. Померанцева щодо особливостей російської пропаганди; концепція симулякру та симуляції Ж. Бодріяра; зауваження П. Слотердайка стосовно «цинічного розуму»; аналіз пострадянської культури М. Ліповецьким.

Структура роботи зумовлена метою та завданнями дослідження. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів і десяти підрозділів, висновків та списку використаних джерел, який налічує сорок чотири позиції (вісімнадцять – іноземними мовами). Основний зміст роботи викладено на сорока трьох сторінках, доповнених п'ятьма сторінками списку використаних джерел (разом – сорок вісім сторінок).

РОЗДІЛ. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Ключові терміни і поняття дослідження

Задля кращого розуміння матеріалу в межах цього дослідження будуть використовуватися дотична до теми термінологія. Більшість понять, вказаних у цьому підрозділі, використовуються в академічній та науковій літературі і пояснюють феномени та елементи масової культури.

Постмодернізм – існує багато суперечок, як характеризувати цей феномен і в якому контексті його варто розглядати. Перрі Андерсон бачить постмодернізм як естетичний рух, «народжений на периферії», що в англomовному світі перетворився на «характеристику епохи, а не на естетичну категорію» [25, с.2]. Деякі автори вважають (наприклад, Фредрік Джеймісон), що постмодернізм є фазою пізнього капіталізму, деякі, такі як Жан-Франсуа Ліотар – станом речей, що прийшов на зміну модерності [36, с. 3]. В цій роботі зупинимося на визначенні постмодернізму як інтелектуального дискурсу, що виник на базі модернізму і в певній мірі є його продовженням (візьмемо визначення Ліотара за основу). Навіть сама назва вказує на певні протиріччя і внутрішній конфлікт між цими двома течіями, так як постмодернізм буквально означає «рух, який слідував за модернізмом».

В соціальних науках, ідеологією називають певний нормативний набір емоцій, ідей, та колективних переконань, що існують в суспільстві та описують соціальну поведінку людей та їх світогляд. Ідеології репрезентують систему, спираючись на бачення та сприйняття реальності, і часто виникають як результат спостереження, діалогу та консенсусу. Як ідеологія, постмодернізм (тому що він може бути ідеологією та дискурсом одночасно) об'єднує культурні практики, покликані протистояти лінійним теоріям прогресу; досягнення цієї мети відбувається завдяки знищенню інтелектуального ієрархізму (або раціоналізму) та пропагування семіотичних ексцесів, еkleктизму, мовних ігор (як у пізнього Вітгенштайна).

Мовні ігри – відносно новий термін, пояснений Людвігом Вітгенштайном у праці «Філософські дослідження» (1953). Теорії щодо метанаративів використовує Ліотар через призму постмодернізму, пояснюючи, що суть лінгвістичних кодів як таких змінилася, і їх концепція-значення опирається на дефрагментацію наративів і врахування конкретних сенсів, що у значній мірі покладаються на ситуацію (випадок), а не є відсилкою до загального масиву значень. Ле Хьюї Бак та Дао Тхі Тху Ханг зазначають, що сама суть мовних ігор як глобального ядра постмодернізму є недооціненою, бо «постмодерні ігри децентралізують і плавлять гранд-наративи», що робить їх використання і адаптацію чудовим засобом маніпулятивних практик медійного простору [26, с. 321]. Слова та формулювання не зникають у просторі безслідно, вони не є лише результатом внутрішньої повістки чи ситуації, вони дозволяють її творити.

Пропаганда – спосіб поширення інформації, який використовується з ціллю просунути якусь ідею, думку чи концепцію. Переважно (в сучасному розумінні пропаганди) ця інформація упереджена, неправдива або неповна, використовується як інструмент формування громадської думки.

Контрпропаганда – спосіб комунікації, який використовує методи, аби боротися з пропагандою. Переважно контрпропаганда задіює ті ж техніки та стилі, що і пропаганда, тому ці два визначення тісно між собою пов'язані.

В цьому контексті також доречно розглянути і черріпкінг, або хибність неповних доказів. Цей термін вказує на логічну помилку, яка може бути здійснена в процесі аналізу та оцінки інформації, часто свідомо. Ця концепція є відсилкою на процес збирання фруктів – люди обирають лише найстиглиші та найбільш презентабельні плоди, ігноруючи ті, які не підходять за певними критеріями. Таким чином, при аналізі може скластися враження, що вибірка репрезентує більшість, а це призводить до упередження та ігнорування повної картини.

Пост-правда – неологізм, який описує ситуацію, коли на створення та формування громадської думки об'єктивні факти мають значно менший вплив, аніж емоційна складова або персональний досвід. Існує також політика

пост-правди – феномен, що визначає відсутність правди в медійній повістці та зростання «всюдисутності» соціальних мереж. Все більше і більше країн світу використовують стратегії політики пост-правди як засіб маніпуляції інформацією та контролю аудиторії. Оскільки пост-правда як явище виникає з теорії постмодернізму, багато дослідників називають сучасний спосіб комунікації з населенням та методи поширення новин такими, що опираються на постмодернізм. Російські наративи та військова пропаганда у цьому випадку не є винятками, а лише підтверджують той факт, що політика пост-правди застосовується як елемент творення та поширення потрібної інформації;

Симулякр – вперше це слово з'являється в англійській мові у XVI ст., і використовується у якості способу вказати на репрезентацію мистецького об'єкту, який частіше стосується релігійної тематики (зображення чи статуї божеств, до прикладу). Саме бачення і визначення симулякру, проте, існує значно довше. Давньогрецький філософ Платон згадує одну класифікацію імітативного мистецтва у діалозі «Софіст»: вона має на меті відтворити реальну суть об'єкту, враховуючи його пропорції, ширину, довжину, глибину, колір; ця імітація має бути точною копією, відтворенням оригіналу. Коли Теетет, його співрозмовник, запитує, чи в цьому не є суть імітації, чужоземець з Елеї заперечує, вказуючи на те, що деякі роботи сповнені «дисторції», спотворення, тому що таким чином їх творець намагається передати красу, відмовляючись від правди [41]. Жан Бодріяр виводить визначення на дещо інший рівень: згідно його баченню, симулякр не є чимось, що означає мистецький, тобто фізичний об'єкт. В цьому вимірі симулякром стає все – явище, дія, подія, навіть «реальність». Визначення симулякру, яке надав Бодріяр, більш специфічне і дотичне до теми сучасних медіа. Це помітно тоді, коли Бодріяр розглядає вплив засобів інформації, таких як телебачення, кіно, преса та Інтернет. Згідно його теорії, саме в цьому вимірі різниця між симулякром та дійсністю стирається більш ефективно – межі стають умовними. Як можна зрозуміти, симулякр не є новим терміном, який з'явився задля опису сучасних суспільних явищ, проте в цій роботі розглядатиметься розширена його інтерпретація, яка враховує медіа.

Симуляція – процес виникнення симулякрів і перетворення символів в гіперреальність (симулювання). Жан Бодріяр так описує цей процес: «Симуляція – це більше не територія, референтна істота чи субстанція. Це породження за допомогою моделей реального без походження чи реальності: гіперреального... Вже не йдеться ні про наслідування, ні про тиражування, ні навіть про пародіювання. Йдеться про заміну знаків реального реальним» [1, с. 5].

Усі наведені терміни розглядаються не тільки з позиції філософського бачення постмодернізму, а пропонують більш надійну мультидисциплінарну базу для аналізу пропаганди та ідеології, яка глибоко вкорінена в теорію медій.

1.2. Історіографія дослідження

Оскільки тема стосується філософського, культурологічного, соціального та медійного вимірів, в цьому підрозділі наведено праці відомих теоретиків постмодернізму та дослідників російської пропаганди як феномену культури. Усі роботи покликані сформулювати теоретичну рамку та забезпечити дослідницький фокус.

Філософська праця французького соціолога та теоретика культури Жана Бодріяра «Симулякри і симуляція» (фр. «Simulacres et Simulation»), є основою теоретичної бази цього дослідження. Праця Бодріяра визначає чим насправді є «реальність», «образ», «симуляція», «комунікація» та «контент». В контексті дослідження російської пропаганди та її реалізації в період сучасної російсько-української війни, теоретичні напрацювання Бодріяра дають необхідне уявлення про те, як створюється, функціонує та на чому базується пропаганда Росії та її основні ідеї, починаючи з мікронаративів та закінчуючи метанаративами. Епоха постмодернізму для Бодріяра є епохою тотальної симуляції, тому розуміння термінів та їх зв'язків дає можливість оцінити ті явища та характеристики сучасної російської пропаганди, що зазнала суттєвої трансформації: від наміру спотворити правду (об'єктивні факти, підтверджені декількома джерелами), до бажання стати новою реальністю. І хоч Бодріяр переносив цю теоретичну рамку

в контекст медіа та комунікації, це дослідження все ж більш специфічне, бо розглядає конкретні явища та стратегії, імплементовані в російський нарратив проти України.

Книга Бодріяра «Війни в затоці не було» (фр. *La Guerre du Golfe n'a pas eu lieu*), яка складається з трьох есеїв, вперше опублікованих у французькому журналі «*Libération*» і британському «*The Guardian*», описує війну в Перській затоці та спосіб медійної репрезентації подій. Бодріяр вказує на те, як американські ньюсмейкери врахували невдачі з освітленням В'єтнамської війни та вторгненням США до Панами. Таким чином, медіа стали найважливішими рупорами денної повістки і їх почали використовувати як засоби спотворення і повної заміни реальності. Основний нарратив есеїв значною мірою перегукується з тим, як сучасні медіа зображують українську війну та тим, як російська пропаганда продовжує маніпулювати ідеєю, що війни в Україні немає – це особливо іронічно, враховуючи, що повномасштабній агресії передувала пропагандистська кампанія «Росія не планує напад на Україну».

Книга «Ніщо не правда і можливо все: сюрреалістичне серце нової Росії» (англ. «*Nothing Is True and Everything Is Possible: The Surreal Heart of the New Russia*»), написана британським журналістом та тв-продюсером Пітером Померанцевим, є важливою спробою осмислення російської пропаганди та ідеології. Померанцев, який народився в Києві та довгий час проживав у Лондоні, у 2001 р. приїхав до Росії, де брав участь у створенні телевізійних проектів та шоу. В книзі «Ніщо не правда і можливо все: сюрреалістичне серце нової Росії» показано трансформацію тогочасного суспільства та труднощі, з якими воно стикнулося в період з 2001 по 2010 рр., коли Померанцев жив в Москві. Історії та герої, згадані в книзі, розкриваються через призму переосмислення нової реальності, яка утворилася після розпаду Радянського Союзу. Усе в цьому світі чуже та неправда, проте Москва в ті роки, як зізнається Померанцев в інтерв'ю для Стівена Кастла: «сповнена життя і божевілля, і надзвичайно захоплива»; бо це «місце де варто бути» [30]. Проте його оцінка все ж доволі однозначна, незважаючи на пережитий досвід та розмаїття подій – Росія

вже давно почала використовувати машину пропаганди, і населення, все ще далеке від війни, разом із тим агресивно апатичне [38,с.177]. В книзі Померанцев також згадує про політичні чистки та арешти, фабрикації справ та спроби влади вплинути на ЗМІ як інструмент м'якої сили проти власного ж народу, який, маючи «радянську ментальність», не виявляє бажання протистояти «Великому Братові». В цьому, на думку Померанцева, і приховується сила сучасної російської пропаганди: збудована на засадах радянського антикапіталістичного бачення, вона не відмовляється від нього, перетворюючись на постмодерну іронію, яка використовує мову капіталізму аби творити диктатуру [38, с.121]. Ця робота є напрочуд корисним джерелом в межах зазначеного дослідження, бо вона відображає радше практичний, а не теоретичний досвід. Померанцев, який майже десять років жив в Росії, демонструє світогляд та устрій суспільства, згадуючи і про те, яким чином Кремль маніпулює їх свідомістю. В цьому випадку найбільш цікавим є елемент ідеологічного впливу – на прикладі героїв та безликого натовпу, що в природі своїй є апатичним та індіферентним, тактики та стратегії Кремля є репрезентацією, своєрідною реакцією на перехід з одного стану в інший, такий собі постмодернізм, з яким він то уживається, то деформує аби ужитись. Дослідження Померанцева вказують і на український контекст, проте він майже не торкається цієї теми. Користуючись інформацією, викладеною у книзі, в цій роботі буде спроба пояснити, як внутрішня ситуація в Росії зумовлює творення «постмодерної пропаганди» чи «пропаганди з постмодерними рисами», та як ця теорія накладається на російсько-український військовий конфлікт.

Марк Ліповецький, професор університету Колорадо в Болдері, США, є дослідником російського походження, який вивчає російський постмодернізм та пост-радянську культуру. У дослідженні «Інтелігенція та цинізм: політичні метаморфози постмодернізму» (англ. «Intelligentsia and cynicism: Political metamorphoses of postmodernism»), він аналізує явище так званого «цинізму», посиляючись на думки Померанцева щодо «відносно вільних та різноманітних років», згаданих в його книзі [34, с. 8]. Ліповецький доходить до думки, що

досвід Померенцева є нічим іншим як зразком «гіперреальності симулякру» Бодріяра, бо він переживає цей теоретичний феномен на практиці себе і своїх колег. Російське суспільство, описане Померанцевим, для Ліповецького є незрозумілим симбіозом капіталістичних настроїв та ностальгії за радянським минулим; це усвідомлення він використовує як аргумент для доказу постмодерної теорії медіа. Ця теорія пояснює сам феномен російської ідеології та пропаганди лише частково, бо Ліповецький пише більше про соціальний феномен цинізму, посилаючись на «останнє покоління радянських людей», згадане Олексієм Юрчаком в книзі «Це було назавжди, поки не закінчилося». Так чи інакше, подібна перспектива є цінним джерелом для подальшого аналізу. Окрім того, оцінка Ліповецьким соціальних конструктів постмодернізму та спроба віднайти його риси в російській ідеології слугують чудовою базою для аналізу та нашарування теоретичної бази, особливо якщо мова йде про більш глобальний феномен – повноцінну війну в центрі Європи.

Праця «Вепонізація постмодернізму: нова російська війна проти Європи» П. Б. Крейка пропонує інший погляд на оцінку російської пропаганди – не як спробу створити надскладну систему брехні, як це було в СРСР, а як тотальну систему неправди, яка генерується в процесі і так же легко зникає в медійному просторі. Ця непослідовність та здатність швидко змінювати наративи, маніпулюючи вразливістю публіки, згідно теорії Крейка, є наслідком вепонізації (вепонізація – з англ. «weapon» – зброя; означає використання в збройних цілях об'єктів чи явищ, які для цього не призначені) постмодернізму та конкретних його рис, що дозволяє ідентифікувати російську пропаганду як продукт постмодерної культури та філософії. Проте ідеї Крейка є більш загальними: він генералізує саме явище постмодернізму, розглядаючи його суто з негативного боку в контексті власного дослідження, забуваючи, що мова йде саме про «вепонізацію», а не про «притаманний негатив». У власному дослідженні я маю на меті показати як пропаганда використовує певні риси постмодернізму, аби просувати певні наративи та політики пам'яті, а не про те, що постмодернізм спонукає пропаганду творити медійне зло.

1.3. Постмодерні перспективи сучасного суспільства

Оскільки постмодернізм стосується і соціологічного поля, існує необхідність зрозуміти його прикладне значення, тобто якою є його дефініція та вплив поза межами сухої теорії. В такому разі, логічно розглядати не тільки явище, а і спільноту, яка є маніфестацією його впливу чи самого факту існування.

Що таке суспільство постмодернізму та які характерні елементи ми використовуємо, щоб його описати? В загальному сенсі слова, багато дослідників спираються на практику наукового скептицизму – людина постмодерної епохи сприймає світ не як визначену константу з набором правил та інструкцій, а як щось, що потребує постійного дослідження і пояснення. Сама ідея постмодернізму – протистояння, воно існує тільки в референції до модернізму (різке заперечення), і визначається критичністю до концепції меж, лінійності, реалізації та підстав, що творять модернізм. Ліотар характеризує постмодернізм як пошук нестабільності, тому логічно припустити, що суспільство постмодернізму теж схильне до такого чинника (якщо оцінювати «постмодернізм» не як явище в контексті періодизації культурних та філософських течій, а у контексті епістемології).

Оскільки постмодернізм складається з величезного різноманіття (тут йдеться не тільки про різноманіття ідей, а і сучасне пояснення англійського слова *diversity* – різноманіття культур, переконань, практик, цінностей), і сама його інтерпретація викликає труднощі розуміння і контекстуалізації, можемо говорити про певний прогресизм та глобалізацію. Люди в цьому філософському дискурсі прагнуть зрозуміти, а не прийняти: критичне мислення змушує суспільство оцінювати те чи інше явище, а не приймати його за істину. Разом із цим постає інша проблема: постмодернізм приймає форму радикального релятивізму та плюралізму, що призводить до втрати поняття об'єктивної реальності та творить невизначеність. Суспільство постмодернізму, попри усе його прагнення досягнути світ навколо та сформувати власну унікальну перспективу, часто нехтує «базою» – до прикладу, в науці це приймає форму скепсису та критики, що не завжди актуально для інтерпретації даних у так

званих «жорстких» науках, в той час як «м'які» науки часто базуються на філософських концептах, тому ця критика є більш прийнятною і обґрунтованою. Таким чином, зрозумівши особливості суспільства постмодернізму та його відмінність від попередніх поколінь та напрямку соціальної думки, ми можемо вже відокремити ті його елементи, які застосовуються у сучасному медійному просторі та дисциплінах про інформацію. Оскільки постмодерне суспільство сприймає світ з певною критикою та допускає варіативність ідей (іноді ця варіативність стає радикальною), наповнення медійного простору великою кількістю інформації є одним з прикладів того, як можна маніпулювати громадською думкою, поступово втрачаючи «абсолютну істину». В такому випадку істини взагалі не існує – суспільство опирається на засади релятивізму та плюралізму, допускаючи, що різні сторони мають різні думки, які рівноцінні та правдиві в рамках запропонованих цими ж сторонами теорій та світоглядів.

Далі звернімося до рис, які сприятимуть оприявненню сучасного суспільства. Постмодерний дискурс, обумовлений філософськими теоріями та спробою відійти від модернізму, можна охарактеризувати не тільки на базі теоретичного знання, а на зреченні і запереченні самої концепції цього знання. Таким чином, акцентуємо увагу на шести основних рисах постмодернізму, визначених дослідником Іхабом Хассаном в праці «Постмодерністський поворот», на які опиратиметься подальший аналіз медіа, ідеології в медіа та пропаганди. Ними є: заперечення об'єктивної реальності (або істини), невизначеність, релятивізм, плюралізм, децентралізація та фрагментація [29, с. 168].

Філософи та теоретики постмодернізму, зокрема такі як Жан-Франсуа Ліотар та Іхаб Хассан, наголошують на тому, що об'єктивної істини не існує, тяжіння до неї є продуктом колективного світосприйняття. Відсутність чіткої правди, «реальності» замінюється певним елементом модальності, коли те, що відбувається, оцінюється з позиції частковості. Ліотар у роботі «Стан постмодерну» аналізує проблематику цього твердження через теорію мовних ігор Вітгенштайна, згідно якій об'єктивність досягається тоді, коли існує

легітимізація правил гри: «Перше [спостереження] що їх правила не містять в собі власну легітимізацію, але є предметом домовленості, очевидної чи ні, між гравцями» [36, с. 10]. Якщо говорити про знання, згадане Ліотаром у якості приклада, то воно позбавлене істинності у модерністському сенсі цього визначення; умовна реальність і дотичність знання виступає через призму обумовлених факторів, концепцій та асоціацій, які належать (чи встановлені) для конкретної особи, часу та ситуації. Цей погляд на об'єктивність, якщо про таку можна говорити в контексті постмодернізму, особливо привабливий в контексті медіа.

Концепція невизначеності вже давно розглядається як елемент постмодерного дискурсу. Іхаб Хассан поєднує цей термін з технологічною іманентністю щоб показати, яким чином ці дві тенденції синхронізуються між собою та як вони уживаються в межах постмодерного бачення. Оскільки постмодерністи заперечують існування об'єктивної реальності, невизначеність стає важливим чинником, маркером вчення і епохи, бо вона здатна описати світоустрій та наголосити на відсутності детермінізму: «Коротше кажучи, відносність, невизначеність, взаємодоповнюваність і неповнота – це не просто математичні ідеалізації; це поняття, які починають формувати наші культурні мови; вони є частиною нового порядку знання, заснованого як на невизначеності, так і на іманентності» [29, с. 62].

Релятивізм можна вважати чумою сучасної філософії, тому що проблематика пізнання стає ірелевантною. В певній мірі, цей концепт є продовженням одночасно і першого, і другого твердження, тому що розкриває заперечення через інтеграцію змістів, які займаються деконструкцією істини через її неоднозначність та нестабільність. Можливо, саме це мав на увазі Ліотар, коли характеризував постмодерністську течію як дестабілізуючу силу, тому що вона пропонує все і нічого одночасно.

Плюралізм тісно пов'язаний з іншими рисами, згаданими вище. У найбільш поширеній інтерпретації, плюралізм є усвідомленням альтернатив, і часто використовується у політичних та соціальних науках як конструкт

різноманітності. Хассан характеризує плюралізм як «дратівливий стан постмодерного дискурсу», через який можна посягнути сам постмодернізм [29, с. 167]. Багато дослідників вважають плюралізм соціальним фактом, в той час як релятивізм, у свою чергу, є філософією про відносність «фактів» – це уточнення важливе, тому що їх часто плутають.

Ідея сталого розвитку та систематизації знання загалом вкладається в лінійну доктрину прогресу. Звідси і децентралізація, певна «периферійність», про яку було вже згадано у визначенні постмодернізму. Децентралізацію можна вважати однією з характеристик постмодернізму, тому що бачення не покладається на єдиний центр, довкола якого будуються концепції та метанаративи.

Як ми вже з'ясували, постмодернізм роз'єднує, веде війну проти тоталізації та послідовності. Модернізм – відчуття «цілісності», якому постмодерністи не довіряють, і розуміння постмодерного наративу стає можливим тільки тоді, коли інформація подається частинами, існуючи у різних вимірах та формах. Фрагментація найбільше помітна тоді, коли йде мова про науку та знання: великі обсяги інформації унеможливають послідовність, і цілісність постійно порушується внаслідок радикального плюралізму. Постмодерністи також заперечують саму ідею про те, що ці частинки можливо інтегрувати в загальний контекст і створити з багатьох елементів щось одне; згідно цьому дискурсу, не існує єдиної бази чи концепції, яку можна створити, доповнити чи описати, використовуючи фрагментарність суб'єктивного знання.

Висновки до розділу

Отже, наведені в розділі термінологія та історіографія окреслюють теоретичні межі дослідження через презентацію ключових понять та явищ, завдяки яким можливо проаналізувати сам феномен російської пропаганди та медій. В розділі також окреслено джерела – як і фундаментальні праці класиків постмодернізму, так і сучасних авторів, що фокусуються суто на темі російських медіа та пропаганди. Кожна праця дозволяє встановити зв'язки між визначеними та встановити індивідуальні підходи до оцінки та синтезу інформації з позиції

постмодерного дискурсу, який розглядатиметься більш детально в контексті російсько-української війни.

РОЗДІЛ II. ПОСТМОДЕРНІЗМ, МЕДІА ТА ПРОПАГАНДА

2.1. Російське суспільство: постмодерний цинізм

Російське постмодерне суспільство, про яке пише Марк Ліповецький в роботі «Інтелігенція та цинізм: політичні метаморфози постмодернізму», наділене певною естетикою, яка значною мірою базується на самій ідеї паралогізму, згаданий в більш ранній статті «Естетичний код російського постмодернізму». Саме визначення паралогізму, яке Ліповецький запозичує у Ліотара в контексті його постмодерної теорії, і вирізняє російський постмодернізм від глобального західного, хоча вони все ще і ділять одне поле. Паралогізм для Ліотара є новим інструментом постмодерної науки, яка «продукує не відоме, а невідоме» [36, с. 60]. Паралогізм існує тоді, коли «консенсус є тим горизонтом, якого неможливо досягти» [36, с. 61]. Він народжується з розпачу, дестабілізації порядку, знищення бази для пояснень. Ліповецький зазначає, що «російська постмодерна культура, як і будь-яка нормальна постмодерна естетика, базує свій паралогізм на дестабілізації могутніх «структур розуму», яка формує модерністську культуру, таку як бінарна опозиція» [34, с. 6].

Враховуючи цю ідею, Ліповецькому стає простіше пояснити, чому російська культура та естетика постмодернізму так суттєво відрізняється від тої, яка склалась на заході: вона, ігноруючи усі концепції та апеляції до розуму, здатна творити лише опозицію, але не компроміс. Він оперує концепцією «жити поза» (рос. «жить вне») Юрчака, яка в якомусь сенсі є маніфестацією парадоксу Лефора, коли суспільство існує в вимірі, повному суперечок, в так званій опозиції до загального і часткового [34, с. 6]. У певній мірі, соціальний реалізм, московський концептуалізм, критичний реалізм і комуністична мораль демонструють не тільки нетолерантність до компромісу, а боротьбу з тими принципами, що наголошують на традиційній зміні шляхом інтеграції одного явища в ширший глобальний контекст; в певному сенсі, це можна назвати адаптацією постмодерних норм – метанаративи, які плавляться і втрачають свою

силу, в російському суспільстві все ще існують і посилюються діями влади, проте їх часткова дестабілізація (парадокс Лефора) призводить до хаосу та колапсу СРСР, в якому домінація постмодерного цинізму не зникає навіть в процесі «демократизації».

Враховуючи сучасний контекст, ці слова не позбавлені контроверсійності. Через п'ять років після публікації книги відбулася Революція гідності, через одинадцять – протести в Білорусі. Присвоєння норм та правил в цьому випадку краще характеризує раннє суспільство колишніх пост-радянських республік, які, охоплені хаосом та тотальною невизначеністю, тільки почали думати про інтеграцію з позицію незалежності та індивідуалізму. Померанцев, аналізуючи настрої російського суспільства та причини, що призвели до утворення іронічного медійного постмодернізму, зазначає, «що вони [росіяни] стали "пост-совета́ми" ще до того, як цілий світ став пост-всім» [38, с. 188]. Тут може виникнути суперечка: яке саме суспільство можна назвати «пост» і коли саме відбувся цей перехід? Україні вдалося зберегти свою державність і національну ідентичність, в той час як Росія сучасності стала тим «незрозумілим» симбіозом капіталізму і ностальгії, згаданим у праці «Інтелігенція та цинізм: політичні метаморфози постмодернізму».

Ліповецький, коментуючи дослідження Юрчака щодо створення того самого першого пост-радянського покоління, відкидає його теорію «жити вне» як таку, що не до кінця репрезентує досвід і реальність того, що відбулося та відбувається. Він більше схиляється до філософської думки Слотердайка, наголошуючи на тому, що подібна дуальність між особистим та публічним в російському суспільстві завжди була прикладом вкоріненого цинізму, що існував ще до отримання Росією суверенітету в 1991 р. Правда, в цьому конкретному випадку Слотердаjk визначає цинізм як «просвітлену хибну свідомість», що утворюється як реакція на дійсність методом присвоєння «маски», і не стосується традиційного визначення про нігілістичне ставлення до культури, етики та моральних норм [40, с. 5]. Про щось подібне пише і Померанцев, коли намагається пояснити проблематику російської ідентичності

в пост-радянський час: «Це той основний світогляд, що підтримував СРСР та підтримує нову Росію зараз, навіть якщо СРСР офіційно давно вже зник. Але, разом із тим, все ж залишається значна втіха в цих розколах: ти маєш нагоду перенести всю свою вину на «публічне» я. Це не ти розкрадав бюджет/робив пропагандистське шоу/схиляв коліно перед президентом; це просто роль, яку ти граєш, насправді ти залишаєшся хорошою людиною. І це не стільки про заперечення» [38, с. 177]. Постає інше питання: чи є цинізм невід'ємною складовою постмодернізму, наслідком втрати орієнтиру та зневіри у глобальних наративах та догмах? Найкраще проаналізувати цю концепцію, посилаючись на риси, йому притаманні.

Традиційний погляд на інтерпретацію цього терміну пропонує розуміння цинізму як такого, що характеризується здатністю відкинути та різко засудити важливі для усього суспільства критерії, тяжіння до індивідуалізму. Розвиток філософської доктрини цинізму припадає на п'яте століття до нашої ери, коли грецькі поліси перебували у значно більш хиткому становищі, ніж коли-небудь до того. Погляди Сократа стосовно важливості єднання та позиції людини в циніками заперечувалися, і концепція свободи стала домінуючою та набула серйозних масштабів. Так можна охарактеризувати ранній період, що обумовлюється більш активною позицією та гострою критикою, навіть насмішкою над суспільним устроєм, світоглядом та порядком. Для Слотердайка ранній цинік є «провокативним, впертим моралістом», що разом із тим виступає у ролі «злісного індивідуаліста, який поводить себе так, ніби йому ніхто не потрібен і він є всіма нелюбимий, тому що ніхто не втече від його грубого викривального погляду неушкодженим» [40, с. 3]. Пізній цинік втратив тягу до дискусії, він є більш апатичний та стриманий, навіть зневажливий у сенсі внутрішнього розчарування та знаходиться на межі ескапізму.

Враховуючи, що постмодернізм як явище пропонує подібний підхід, що ґрунтується на втраті смислу і вказує на замкненість системи, можемо простежити очевидну відповідність теоретичного дискурсу до практичного. Окрім цього, цинізм в певному сенсі базується на ексцесивності релятивізму,

децентралізації (яка прямо пов'язана з скептицизмом та запереченням догматизму), фрагментації сенсів, традицій, очікувань та соціальних позицій. В цьому випадку критика Ліповецького частково позбавлена сенсу: те, яким бачить російське суспільство Юрчак, ніяк не заперечує критики Слотердайка, а навпаки виводить її у інше поле, наближене до постмодерної інтерпретації. Про це пише і Тімоті Бьюз в роботі «Постмодернізм і цинізм» згадує, що «нескінчене "постмодерністське" іронізування над собою створює стратегію, за допомогою якої можна зрозуміти провали просвітництва у виконанні своїх обіцянок – вільний раціональний світ, послідовний цілісний суб'єкт, кінець соціальної нерівності» [28, с. 35]. Визначення Слотердайка стає фундаментом для постмодерного бачення цинізму: ми можемо стверджувати, що цей цинізм, який він називає хибним сприйняттям (хибним, тому що воно спотворене просвітництвом) і характеризує як «модернізовану свідомість», значно краще уживається в межах постмодерністського дискурсу: скептицизм та апатія, закладені в сучасному цинізмові, репрезентують те явище, що наступає «після».

2.2. Природа медіа: СРСР та Російська Федерація

Найкраще перехід від модернізму до постмодернізму видно там, де мова йде про медіа та маніпуляцію інформацією. Тому буде доречно розглянути два основних типи російської пропаганди, які ми виокремили в процесі аналізу та оцінки загального патерну.

Перший тип – пропаганда альтернативної реальності, другий – пропаганда, що маніпулює реальністю. Це доволі схематичне визначення, але подібний поділ дозволяє зрозуміти фундаментальну різницю, закладену в ідеологіях та підходах до роботи з інформацією. Радянську пропаганду, до прикладу, прийнято вважати пропагандою альтернативної реальності, тому що всі події, які вона означувала, створювали і підтримували альтернативний погляд на світ і на події в ньому, в той час як російська пропаганда маніпулятивна й адаптована в контекст гібридної війни та активності медіа.

Євген Федченко, керівник фактчекерської організації StopFake та Могилянської школи журналістики, зазначає, що пропагандистські методи та інструменти уряду СРСР ніяк не розголошувалися і були прихованими, в той час як сучасна Росія наочно їх демонструє [32, с. 142]. Вона структурована і логічна в межах однієї доктрини: усі її елементи підпорядковуються символічному порядку, навіть якщо вони далекі від правди. Уся система радянської пропаганди, пропонуючи альтернативу реальності, дотримувалася концепцій метанаративів – у пропаганди були цілі та умови, були чітко визначені як і зовнішні, так і внутрішні загрози, був політичний, соціальний та економічний курс. Подібна лінійність більше схиляється до модернізму, і дух цього руху можемо відмітити як і в політиці (космічні перегони), в економіці (відомі «п'ятирічки» СРСР), так і в ідеології (світле майбутнє після досягнення комунізму). Подібна однозначність виявилася доволі ефективною в першій половині двадцятого століття; завдяки чіткому розподілу на «чорне» і «біле» партія не залишала місця для сумнівів. До прикладу, відомий радянський плакат «Товарищ Ленин очищает землю от нечисти» авторства Віктора Дені чітко вказує, які класи населення неприйнятні: Ленін з віником в руках змітає з земної кулі генералів, царів, попів та буржуїв. В постатях зображених людей можна впізнати німецького кайзера Вільгельма II та російського царя Ніколая II. Пропагандистський плакат вписується в загальну доктрину, прямо наголошуючи на тому, що саме завдяки Леніну відбулися фундаментальні зрушення. Враховуючи, що його постать прямо ототожнювали з революцією, бачимо зрозумілий зв'язок: для населення знищення монархії мало б асоціюватися не тільки зі зміною політичного режиму, а і конкретно діяльністю Владіміра Леніна.

Взагалі, влучний приклад для оцінки саме радянської пропаганди дає Славој Жижек в роботі «Чума Фантазій» 1997 р.: «Нацисти-параноїки дійсно вірили в змову євреїв, тоді як збочені сталіністи активно організовували/вигадували «контрреволюційні змови» як превентивні удари. Найбільшим подивом для сталінського слідчого було виявити, що суб'єкт, якого

звинувачують у тому, що він був німецьким чи американським шпигуном, справді виявився шпигуном: у порядку сталінізму зізнання враховувалися лише в тому випадку, якщо вони були неправдивими та вимушеними...» [44, с. 58].

Сучасна російська пропаганда суттєво змінилася. Їй вдалося зробити те, що в свій час стало викликом для радянської пропаганди: вона адаптувалася до існуючих реалій, а не стала вигадувати нові. Маніпуляція інформацією стала основним джерелом для творення новин: нові теми та ідеї в основному покладаються на глобальні тренди. В такому випадку, сучасна російська пропаганда монополізує інтерес, бере його із загальної «пісочниці» подій, тенденцій та передбачень, що робить її більш універсальною та створює менший тиск на сприйняття населення, яке в радянські часи могло відкинути усю доктрину як неправдиву з більшою легкістю, аніж могло би зробити це зараз. Бодріяр так пише про інформацію: «замість того щоб стимулювати смисл, вона витрачає свої сили на продукування смислу» [1, с. 119]. Річ полягає у тім, що російська пропаганда реферує не тільки до простору та інформованості, які надають засоби масової інформації, а і до рис постмодернізму.

Як вже було зазначено, в межах радянської концепції теорій медіа «правдивість» була обов'язковою характеристикою буття, уряд прагнув забезпечити об'єктивність, уникнути дисонансу, об'єднати фрагменти в одну послідовну та логічну систему. Сучасні російські медіа давно відкинули це прагнення: вони більше не намагаються забезпечити населення чіткою структурою та відповідністю подій; «об'єктивна правда» зникає тоді, коли на зміну їй приходить нова повістка, яка частіше заперечує новину попереднього дня, аніж намагається підтримати цей умовний зв'язок. П. Б. Крейк пов'язує цю властивість з іншою, яка теж дотична до постмодерного бачення; аналізуючи методику RT (російської мережі, RussiaToday), він зазначає, що подібні джерела часто використовують «епістемічну невпевненість», яку вони просувають серед таргетованих груп населення з метою викликати недовіру до потенційно небезпечних наративів та зменшити залученість [31, с. 12].

Ще дві риси постмодернізму, які проявляються в російській пропаганді – релятивізм та плюралізм. Вони значно спрощують процес відмови від об'єктивної правди, створюючи видимість того, що ні одна концепція та ідея не несуть в собі істинності, кожен з них можна оскаржити, знайти слабкі місця. Саме тоді російські медіа здатні використати їх залежно від контексту у позитивному чи негативному ключі. Крейк вбачає в цьому боротьбу з гегемонією: посіявши невпевненість і невизначеність, наступним етапом є спроба закріпити результат і спрямувати загальну думку в «правильне» русло. Цього реально досягти, наповнюючи простір «альтернативами». Такими «альтернативами» можуть бути: публічні заяви посадовців, очільників культури, науки та лідерів думок; яскраві заголовки в новинних агентствах та «жовтих медіа»; «особисті» думки блогерів та безліч коментарів ботів, що, попри усю різноманітність, просувають ті ідеї, які заперечують опозиційні заяви і підозріло грають на користь Росії, відвертаючи увагу від самої події та фактів. У такому випадку інформація губиться, і умовному «злочинцю» вдається втекти.

Релятивізм та плюралізм одночасно використовуються як елемент постмодерної російської багатополярності, яка стала згадуватися все частіше як курс зовнішньої політики і «духовна ідея», на яку посилаються в ідеологічному плані. В якомусь сенсі термін багатополярності став синонімом до вже зазначеної «альтернативи». Прикладів подібної тактики доволі багато, і вони присутні ще з першого президентського терміну Путіна. До прикладу, в доповіді OSCE (Організації з безпеки і співробітництва в Європі) від 16 вересня 2004 р., яка фіксує висвітлення трагедії в Беслані російськими ЗМІ, вказано, що версії подій змінювалися кілька разів на день, і загалом інформація була недостовірною і несвоєчасною [33, с. 3]. Заяви генерального прокурора Устинова розходилися з заявами президента Південної Осетії Казбека Дзантиєва [33, с. 4]; офіційна версія наполягала на тому, що кількість заручників становила 354 чоловік, в той час як на місцях згадувалося не менше 900 заручників [33, с. 4]. Угрупування терористів складалося то з 10, то з 32, то з 30 чоловік [33, с. 3]. ЗМІ ідентифікували терористів як арабів, наступна версія включала особу афроамериканця, потім до

терористів приєдналося дві жінки, ще пізніше – чеченець. Змінювалася і кількість снайперів – в різний час різні джерела наполягали на тому, що їх не менше трьох десятків, були заяви про ліквідацію декількох осіб, які могли становити загрозу населенню. В доповіді також зазначено, що офіційні телеканали, що підпорядковувалися Кремлю («Перший Канал», «Росія»), почали висвітлювати події тільки в другій годині дня, після спеціальної наради. З ефіру зникли згадки про Путіна, фокус змістився на погодинні трансляції інтерв'ю, інформація в яких постійно змінювалася. Подібний плюралізм та релятивізм новин, які одна одній суперечать, повторювалася не один раз за всю історію російських ЗМІ – більш ранні приклади терору, такі як вибухи 1999 р., трагедія «Норд-Осту», затоплення підводного човна «Курськ», чай з полонієм (справа Литвиненко), падіння Ту-154, вбивство Немцова, вбивства російських журналістів, втручання в американські вибори тощо. Російсько-українська війна 2022 р. показала значну вправність російських медіа, коли справа стосується релятивізму та плюралізму новин – російська пропаганда, певно, ще ніколи не була настільки зацікавленою в тому, щоб використовувати методику «альтернативи», аби приховати злочини чи невдачі.

Наступна риса, яка характеризує пропаганду Росії, особливо в її ідеологічній боротьбі з Україною – децентралізація смислів, підходів, наративів та медійного поля як такого. Цей аспект доволі складно обговорювати, враховуючи, що апарат російських медіа прямо підпорядковується уряду та отримує вказівки, яким способом потрібно висвітлити ту чи іншу новину. Проте ми можемо говорити і про те, що децентралізація проявляється в самій концепції «всюдисутності медіа», а не базується на бунтарській необхідності окремих персон пропагувати опозиційну думку. Існування альтернативних каналів інформації (тих же «воєнкорів», чия діяльність та суспільна роль досягла апогею саме в 2022 р.), доступ до джерел, які прямо не підпорядковуються «Останкіно», творять видимість (і насправді є) прикладом інформаційної децентралізації, яка щоразу наповнює ринок великою кількістю опіній. Нечітка структура та відсутність повного тоталітарного контролю (в 2023 р. тут виникає певний

дисонанс, хоча робота має на меті показати фактичність, актуальну перед і в перші місяці вторгнення), прагнення створити видимість «незалежних медіа» тільки підтримують цю постмодерну природу російської пропаганди.

Подібна розгалужена система, у якої нема центру, є чудовим прикладом того, що Росія намагається чітко встановити межі і гарантувати відмінність, порівнюючи сучасність з минулим. Навіть розмови на цю тему символізують відчайдушне прагнення Кремля упевнити населення в тому, що епоха тотальної цензури та брехні, яку всі так добре пам'ятали в дев'яностих, закінчилася. Ці панічні настрої довгий час були відповіддю на звинувачення українських посадовців у тому, що «Союз» на території РФ все ще існує. 2 березня 2018 р. в ході дискусій з учасниками форуму «Правда і справедливість» в Калінінграді, В. Путін так відповідає на питання Соловйова про статус та стан російської журналістики: «...коли ви говорите про відповідну реакцію в радянські часи, ми з вами повинні розуміти, що влада завжди була в руках однієї партії, і преса в її же руках. І все, що критикувала преса, це не тільки партзавдання [партійне завдання], це означає реакцію на те, що не подобалося вищій владі в цій системі. Сьогодні ситуація інша. Сьогодні у нас, сподіваюсь, преса максимально деполітизована» [12]. Відповідаючи на те ж питання він додав: «А преса, вона не партійна. Ось в Радянському Союзі не було не партійної преси, крім «Православного календаря». Розумієте? Не було. А у нас є. У нас зовсім інша ситуація» [12]. Коментуючи теми, що піднімалися на черговому форумі ОФН в 2019 р., Маргарита Симоньян, головний редактор RT, відзначила, що сучасні російські медіа не підкоряються владі і в Росії, на відміну від Заходу, зі свободою слова склалася краща ситуація. Недовіру до офіційних медіа вона пояснила тим, що покоління, яке виросло в Радянському Союзі, часто стикалося з неправдивим або недостатнім висвітленням подій, тому «сьогодні журналістика працює в цьому напрямку» [23]. Все це також супроводжується яскравим, переконливим візуалом, тому що «новий Кремль ніколи не допустить такої помилки, яку допустив СРСР: він ніколи не дозволить телебаченню стати нудним» [38, с. 10].

Остання риса – фрагментація. Це, насамперед, стосується нелогічності, хаотичності та непропорційності пропаганди, яка прагне бути всімі нічим водночас. Черріпкінг також є елементом фрагментації, тому що помилкова вибірковість даних спотворює загальну картину і веде до нетипового, неприродного симбіозу. Так, Євген Федченко стверджує, що «теперішня російська пропаганда не містить нової ідеології, бо в Росії немає єдиної, індивідуальної ідеології. Натомість вона запозичує з усього потроху. Таким чином система створює велику кількість "маленьких пропаганд", кожна з яких спрямована на певну аудиторію» [32, с. 146].

В якомусь сенсі, відсутність ідеології, про яку пише Федченко, і є найбільш яскравим зразком постмодерного російського медійного буття, тому що вона все ж існує: рашизм, до прикладу, в сучасній інтерпретації Джохара Дудаєва репрезентує агресивний патріотизм на засадах ідеології ненависті, російського шовінізму, ностальгії, культу особистості та православ'я. Проте це, як намагається пояснити Федченко, є незрозумілим «міксом» елементів з різних систем та світоглядів, позбавленим чіткого наративу і базису, який би визначив правила гри. Як наслідок, подібна фрагментація («запозичення») призводить до того, що новинні сюжети пропаганди здаються відірваними, випадковими, позбавленими сенсу, хоча навіть самої згадки достатньо, щоб викликати інтерес та дискусію – це і є основною ціллю єдиної машини маніпуляції. До прикладу, відомий випадок, пов'язаний із затопленням крейсера «Москва» 14 квітня 2022 р., демонструє відсутність чіткого сценарію і прагнення «розбити» інформацію на частини, яка логічно не вписується в закладений наратив. Потоплення крейсера спершу супроводжувалося новинами, що корабель не постраждав. Потім – що судно на плаву, стався вибух, але пожежу вдалося ліквідувати. Ще пізніше російські телеграм канали та політичні шоу в унісон стверджували, що відбулася евакуація екіпажу в порт, а спеціалісти упевнилися в цілісності ракетного комплексу і розпочали ремонт. Останні новини, які стосувалися цього інциденту, зафіксували фактичне затоплення, хоча в цей час

медіа розповсюджували супутникові фото, на яких чітко видно хоч і пошкоджений, проте ще «живий» крейсер.

З усіх наведених рис фрагментація більше стосується порядку та зв'язку між інформацією, яка подається порційно або враховує лише позитивні, «вигідні» сторони, і, відповідно, часто позбавлена логіки. Велика кількість повідомлень, що супроводжували долю крейсера, тривалий час підтримували медійне середовище в потрібному стані дезорганізації та невизначеності, позбавляючи людей можливості мислити критично та ефективно. Це майже як кішка Шредингера: «Москва» існувала одночасно у двох становищах: вона і була, і її не було.

Таким чином, враховуючи зазначені особливості, можемо зробити висновок, що суть використання цих рис полягає в а) запереченні об'єктивної істини; б) створенні невизначеності за допомогою в)релятивізму та г) плюралізму думок, ідей та концепцій. Основними складовими сучасної російської пропаганди є а) децентралізація та б) фрагментація.

Висновки до розділу

Отже, зрозумівши особливості суспільства, яке дозволило пропаганді «статися», можна збагнути і тактики пропагандисткої машини, які вона використовує, аби залишатися ефективною та актуальною. Цей зв'язок між суспільством та державним апаратом показує орієнтованість сучасних медіа не тільки на курс та ідею, як це було у СРСР, а і на людину, яка стає заручником системи. Маніпулятивність та поширеність пропаганди в медійному просторі, тим не менше, становить загрозу не тільки для громадян держави, на яку вона націлена, а і для міжнародної спільноти, яку вона планує підкорити у такий же спосіб.

РОЗДІЛ III. КЕЙСИ ПОСТМОДЕРНОЇ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ

Перший та другий розділи, які мали на меті показати зв'язок між пропагандою та постмодернізмом, висвітлювали тему з теоретичного та аналітичного боку. Цей розділ присвячено аналізу технік та поширених тропів пропаганди на практиці, де згаданий зв'язок буде продемонстровано більш детально. Для цього проаналізуємо два кейси, з якими російська пропаганда працювала найбільш активно. Перший кейс стосується сирійської війни (яку також прийнято називати путінською кампанією в Сирії).

Аналізуючи, ми спиратимемося на інформаційну підготовку російських медіа, яка почалася ще в 2011 р., за чотири роки до безпосереднього втручання в конфлікт, та найвідоміші зразки пропаганди, які використовувалися як спосіб виправдання позиції та дій Росії в процесі війни. Другий кейс – повномасштабне вторгнення Росії на територію України, яке почалося 24 лютого 2022 р. Ми умисно не використовуємо матеріали, які стосуються анексії Криму, тому що ці дві події відбулися фактично в один часовий період, і з точки зору практичного аналізу повномасштабна війна на території України більш показова, бо Росія задіює більше ресурсів, аби спотворити дійсність.

3.1. Кейс російської пропаганди під час військової кампанії в Сирії

Російська війна в Сирії та війна в Україні, як зазначає західна преса, шокує схожі. В Україні Росія користується все тими ж техніками ведення бою (тактика випаленої землі, використання некерованих ракет, блокада міст), проте це далеко не єдиний критерій, завдяки якому ми здатні оцінити цю схожість.

Найбільш цікавим елементом обох кампаній є пропаганда – її наративи, обґрунтування, юридично-етична база та робота з інформацією, яку презентують незалежні або опозиційні актори. Російська пропаганда в Сирії, як це зараз є у випадку з Україною, творить нову постмодерну війну: репрезентацію реальності, яка має на меті залишатися на екранах, не відчуватися населенням як війна, дисоціювати з одного стану в інший. Бодріяр у праці «Війни в затоці не було»

аналізує спекулятивність сучасних воєн: вони відбуваються в медійному просторі, просуваються завдяки рекламі, і, попри усю прибутковість (тому що вся увага зосереджена на них), розвиваються на фоні глобальної невизначеності. Перехід з «віртуального» і в «реальне» ще ніколи не був настільки показовим і важливим: «Ця війна також чиста і спекулятивна, настільки, що ми не уявляємо собі вже самої реальної події, того, що вона могла б означати і чим би вона могла бути. Це нагадує недавню рекламну інтригу, яка тримала нас у саспенсі: сьогодні я знімаю верх, а завтра я зніму низ; сьогодні я розв'яжу віртуальну війну, а завтра я розв'яжу реальну війну» [27, с. 29].

В певному сенсі, подібний підхід частково відповідає на не проголошений запит суспільства «лишь бы не было войны», хоча що тоді, що зараз війна все одно ведеться. І не тільки на полі бою. Саме тому в межах цього практичного дослідження беремо окремі випадки, на основі яких проаналізуємо механізм роботи пропаганди. Для цього розглянемо передумови російського вторгнення в Сирію. Російсько-сирійські відносини базувалися на радянсько-сирійській моделі, яка відзначилася тісною співпрацею в політичній, економічній та військовій сферах. Радянський уряд неодноразово надавав підтримку сирійській владі, спонсорує закупівлю та поставку військової техніки, направляючи спеціалістів у Сирію та забезпечуючи навчання сирійських курсантів у радянських військових закладах. Втручання Росії в громадянську війну в Сирії, як зазначають різні джерела російською пропаганди, мало декілька цілей і передумов, і навіть зараз достеменно невідомо, яка з вказаних причин була дійсно вирішальним фактором.

Спираючись на заяви пропаганди, можемо зробити висновок, що довгий час сама думка про вторгнення наполегливо відкидалася. Заява представника російського МІД Александра Лукашевича від другого березня 2012 р. агентству ТАСС так документує офіційну позицію Москви щодо подій в Сирії: «Як бачите, тут йдеться про запуск класичного механізму консультацій [посилається на статтю 6 договору про дружбу]. Мова в цій статті, як, втім, і в усіх інших пунктах цього документа, про надання військової допомоги з нашого боку не йдеться.

Росія і не збирається робити чогось подібного» [11].

Документ, згаданий Лукашевичем, називається угодою про мир та кооперацію між Сирією та Радянським Союзом, підписаний 8 жовтня 1980 р. в Москві. Договір про дружбу і співпрацю між урядами СРСР та Сирійською Арабською Республікою встановлював такі основні положення: тісну співпрацю, «неуклінне посилення дружби», обмін знаннями та технологіями, економічну підтримку та заклики регулювати ситуацію у світі мирними шляхами.

Довгий час документ не отримував належної уваги: якщо не вважати коментар Лукашевича, суть угоди до широкої публіки донесли тільки в тій чи іншій формі в день вторгнення різні джерела: «RIANovosti» [4], «RBC» [16]. У шоу «Вечер с Владимиром Соловьевым» (ефір від 30 вересня 2015 р.) названо три причини вторгнення: виконання обов'язків перед вказаним договором про дружбу, заклик Асада про допомогу, і боротьба з терористами. Володимир Путін в той же день на нараді з членами правління заявив, що «діяти необхідно на попередження», тому що «не потрібно чекати, коли вони [банди міжнародних терористів] прийдуть у наш дім», що лінгвістично позиціонує Росію як наступну жертву терористичного режиму, з яким необхідно боротися [3]. На засіданні в Міністерстві оборони РФ 17 листопада 2015 р. Путін підтвердив цю тезу, привітавши військових: «Шановні товариші, виконуючи бойові завдання боротьби з терористами в Сирії, ви захищаєте Росію та її громадян» [17]. Разом із цим, російська пропаганда вдалася і до іншого лінгвістичного прийому, називаючи бомбардування Росією Сирії військовою операцією. Досі офіційною назвою війни залишається «спеціальні завдання на території Сирійської Арабської Республіки», хоча з часом медіа задля зручності почали називати військову кампанію війною, що символізує певну адаптацію населення до самого факту.

3.2. Кейс російської пропаганди у війні з Україною

«Українська кампанія» Росії розвивалася за схожим пропагандистським сценарієм: представниця МІД Марія Захарова 15 лютого 2022 р., як і Лукашевич

в 2012 р., поділилася в ефірі телеканалу Rete4, що мова про вторгнення не йде і висміяла заяви Вашингтону про підготовку до війни: «Коли в останні два місяці ми читаємо західні ЗМІ, чуємо заяви з Білого дому і з Даунінг-стріт про те, що Росія має намір напасти [на Україну], ми усвідомлюємо, що заявляти про це можуть лише божевільні, божевільні, які не мають моралі та займаються фальсифікаціями» [7].

Офіційні представники інших відомств та пропагандисти Кремля теж просували цю політичну повістку, проте все ж парадоксально аргументуючи причини вторгнення, яке ще не відбулося. Як приклад такої аргументації, візьмемо заяву голови МІД РФ Сергія Лаврова 22 лютого 2022 р., оскільки вона демонструє схожість підходів. Він згадує Мінські угоди і наголошує, що вони «були розтоптані українським режимом, одразу після їх підписання...» [13].

Довгий час пропаганда акцентувала увагу саме на цих домовленостях, перекладаючи вину на Україну і шукаючи більше способів зробити вторгнення більш зрозумілим і виправданим в очах міжнародної спільноти. Тому, коли війна все ж почалася, Путін в офіційному зверненні від 24 лютого 2022 р. назвав цілями війни «денацифікацію та демілітаризацію» [15]. Акцент, як можемо зауважити, зроблено на захисті Росії і її громадян, тобто такий крок на випередження, боротьба з «терористами» і «неонацистами». Посилуючи цей наратив, 1 березня Міністр оборони Сергій Шойгу визначив цілями війни захист Росії від нищівної коаліції Заходу [24], 9 березня Захарова висловила більш специфічно, посиляючись саме на захист ДНР та ЛНР [8]; 11 квітня голова МІД РФ Сергій Лавров причиною війни назвав спробу Росії «покласти кінець безоглядному розширенню та безоглядному курсу на повне домінування США та під ними інших західних країн на міжнародній арені» [10].

Ми бачимо схожі патерни пропаганди і постмодерні її риси. Росія не мала на меті створювати альтернативну реальність, а маніпулювала ситуацією так, як це було вигідно в умовах кризи, що стрімко розвивалася. Це можна помітити тоді, коли вона шукала легітимність в офіційних документах – у випадку сирійської війни, цим документом стала угода про дружбу 1980 р., української

війни – Мінські угоди. Виправдовуючи українську військову кампанію, пропагандисти мотивували її також тим, що Україна з самого початку не мала наміру дотримуватися умов договору і першою розірвала двосторонні мирні відносини, що знімає відповідальність з Кремля і штовхає його до активних дій. В обох випадках Росія позиціонує себе жертвою обставин, які від неї не залежать – у неї хоч і багато цілей (створення невизначеності і фрагментація простору), проте всі вони цілком легітимні, бо опираються на офіційний міжнародний документ, підписаний та визнаний не однією стороною.

Впродовж тривалого часу фраза «Україна не дотримується Мінських угод» мала таку ж силу, як і «Де ви були вісім років», що вказує на необхідність підтримувати саме цю інформаційну позицію в медійному полі, бо вона, як справедливо визначив апарат пропаганди, найбільш точно репрезентує дійсність і дає громадянам примарну впевненість у правоті дій уряду.

3.3. Інструментарій російської пропаганди

Ще один спосіб пропаганди загравання з аудиторією є встановлення умовних лінгвістичних правил, які варто розглядати через дискурс заперечення істини та фрагментації смислів. Мова, звісно, йде про те, як Росія позиціонує власні дії та як вона викривлює роль інших акторів в подіях, де її діяльність суперечить тому етичному та політичному образу, що вона має намір підтримувати. Це спотворення може бути як і візуальним (до прикладу, через карикатури – «Білі каски. "Оскар" за містифікацію» Олександра Горбарукова), так і фонетичним (вживання слова «терорист» поряд зі згадкою військових підрозділів коаліції, «неонацист» поряд зі словом «українець» тощо). Подібний прийом часто супроводжується нашаруванням різних «думок» – пропаганда вдається до плюралізму та релятивізму, коли малює образ ворога, часто використовує «черріпікінг», описуючи учасників подій, і вдається до політики «пост-правди», апелюючи до емоцій через події та риси, які не відбулися або не притаманні тій чи іншій стороні.

У випадку сирійської війни, цими акторами-опонентами стали війська коаліції (США, Франція, Великобританія, Туреччина, Демократичні сили Сирії), Сирійська вільна армія та «Білі каски», тобто сирійська громадянська оборона. Як можемо зазначити, ставлення до згаданих акторів постійно змінювалося. 11 жовтня 2015 р. Путін в інтерв'ю телеканалу «Россия-1» наголосив, що Росія має намір підтримувати режим Асада: «Наше завдання полягає в тому, щоб стабілізувати законну владу та створити умови для пошуку політичного компромісу» [18]. 11 грудня 2015 р. наратив дещо змінився, і цього разу Путін вже підтримував Вільну сирійську армію: «Особливо зазначу, що робота нашої авіагрупи сприяє об'єднанню зусиль як урядових військ, так і Сирійської вільної армії» [19]. Попри це, в пропагандистських мотивах можемо спостерігати за тим, що з самого початку Росія відносилася вороже до військ коаліції: коли турецьке МЗС звинуватило російських військових в авіаударах по військам опозиції, опублікувавши офіційне звернення, російські ЗМІ і спікери шоу Соловйєва охарактеризували документ як «дивний» [22]. 1 листопада 2016 р. Міністр оборони Шойгу звинуватив коаліцію у підтримці терористів, якими є сирійська опозиція: «час західним колегам визначитися, з ким вони в дійсності ведуть боротьбу – з терористами чи з Росією» [21]. Довгою також є історія критики «білих касок» в Росії: в різний час різні підконтрольні Кремлю медіа називали їх терористами і «проплаченою» організацією, яка насправді не допомагала мирним жителям в Сирії.

В статті RT «Терористи чи волонтери: які цілі переслідують "Білі каски" в Сирії» журналісти Роман Шимаєв та Маріанна Чурсіна пишуть про «відео-фейк» постраждалих від хімічної атаки Думи 7 квітня 2018 р., в якій раніше організація звинуватила Росію. На щастя, Міноборони Росії вдалося викрити план британської влади і знайти людей-акторів, які брали участь у зйомці за обіцянку отримати рис, фініки та печиво [20]. Версій стосовно цього інциденту було багато: звинувачувалася як і опозиція, так і коаліція. В 2019 р. «Вести» випустили сюжет, що хімічних атак не було зовсім, і вся ця ситуація є фальсифікацією іноземних спецслужб та терористів-бойовиків [6].

Українській війні теж не вдалося оминати подібної долі: в процесі то звинувачувалися, то виправдовувалися з різних причин як і іноземна коаліція (англосакси та Америка), так і опозиція і навіть військові. 25 лютого 2022 р. Путін звернувся до військових України зі словами: «Беріть владу у свої руки, схоже, нам з вами буде легше домовитися, ніж із цією зграєю наркоманів та неонацистів, яка засіла у Києві та взяла в заручники весь український народ» [37]. В той же день Путін пропонує і діаметрально протилежну тезу, заявляючи, що «націоналістичні елементи впроваджені до складу регулярних українських частин», і це підбурює до спротиву, тому шансів знайти компроміс очевидно мало [14]. В іншому випадку, який, тим не менше, змістовно та методично відповідає попередньому, Захарова 26 лютого звинуватила США в підтримці неонацизму на території України, більш пізні сюжети пропаганди теж акцентували на тому, що «Європа закриває очі на вияви нацизму» і тим самим укріплює «міжнародні мережі нацизму» [5]. Тому особливо іронічно виглядають їх заклики до «європейських партнерів» протидіяти неонацистським настроям – Росія, як виявилось, прагне до співпраці з урядами країн які, на їхню думку, підтримують радикалів і не схвалюють визвольну спецоперацію.

В залежності від розвитку подій на міжнародній арені, ми можемо помітити, як пропаганда наповнювала медіапростір то схвальними відгуками на адресу «європейських партнерів», то просувала відкритий «хейтспіч», викликаючи у споживача контенту почуття неоднозначності та розгубленості («хейтспіч» – англ. *hatespeech*, тобто мова ненависті). Подібна збентеженість та радикалізація настроїв у причетних до влади відомствах вже вирізняє український дискурс від сирійського: Україна для Росії значно важливіша, тому медійна повістка тут генерується більш активно, абсурдно і наполегливо.

3.4. Аналіз медійного контенту наслідків російських військових кампаній: Алеппо і Маріуполь

Дослідивши, як російська пропаганда політично та етично легітимізує військові кампанії своєї країни, буде доречно провести ще один аналіз,

посилаючись як на заяви (новинні аутлети відомих агентств та видань), так і на візуальні матеріали (фото для новин та соцмереж, відеоряд пропагандистських роликів). Цей аналіз стосуватиметься результативності війни, яка для апарату є не менш важливою, ніж сам її початок і кінець. Розглянемо ми цю умовну «результативність» в контексті повоєнної відбудови – для Кремля саме цей аспект є вирішальним, тому що таким чином їм вдається довести статус «наддержави», яка опікується людьми, дбає про мир і виступає за «все хороше». Цинічна відбудова зруйнованих міст, в яких неодноразово звинувачували Росію, для населення є своєрідним сигналом для підтримки і віри у добрі наміри влади.

В контексті цього компаративного та інтерпретаційного аналізу опиратимемося на історію двох міст, зруйнованих РФ. У випадку Сирії, таким містом стало Алеппо, в Україні – Маріуполь. Не будемо вдаватися до специфічних деталей, які їх пов'язують, проте звернемо увагу на те, як «відновлювали» ці міста в медійному просторі. В обох ситуаціях російські ЗМІ живляють одну і ту ж фразу «місто повертається до нормального (або «мирного») життя. Перші такі заяви про Алеппо почали з'являтися в 2017 р. як реакція влади на звинувачення у бомбардуваннях та публікаціях фотографій знищеної інфраструктури і трупів цивільних. Маріуполь почав «повертатися до нормального життя» дещо швидше – одразу після захоплення, ще з травня. Це можна пояснити тим, що Росія, маючи досвід міжнародної конфронтації та звинувачень у військових злочинах, більш ґрунтовно підійшла до висвітлення подій: це було необхідно для того, або завірити міжнародну та внутрішню спільноту у законності і реальності власних дій. В обох випадках візуальна складова відіграє не меншу роль, ніж слова та заяви чиновників.

Новинний сюжет телеканалу «Вести» від 9 березня 2017 р. показує гуманітарний російський центр для постраждалих від «бойовиків» жителів Алеппо. Усміхнені жителі приймають продукти харчування від російських військових, хлопчик в футболці з персонажем із «Сімпсонів» їсть рис та курячі крильця, зустрічаючи поглядом націлену на нього камеру. Диктор радісно сповіщає про те, що Сирія повертається до звичного життя: завдяки Росії вдалося

забезпечити гуманітарні потреби міста, відновлюється транспортне сполучення, і тепер на цих маршрутах навіть не «проштовхнутися» [9]. Ще одна новина від 9 вересня 2017 р.: «Известия» пишуть про школу, яку вдалося відкрити в районі Аль-Фуркан міста Алеппо. На фотографії Валерія Шаріфуліна агентству ТАСС, сирійська дівчинка старанно виводить маркером на дошці слова «мама» и «папа» – відтепер у «відновлених» школах Алеппо учні вивчають російську мову. Навіть працівникам заводів по виготовленню акумуляторів та переробки пластику, у яких беруть інтерв'ю журналісти телеканалу «Звезда», вдається згадати щедрість країни-покровительки в процесі кропіткої праці: без цінної сировини та фінансової допомоги Росії, промисловий потенціал колись індустріально розвиненого Алеппо і далі б залишався на рекордно низькому рівні.

Спостерігаючи за таким поверненням до звичного життя, у глядача складається враження, що усім містянам дійсно стає краще: з усіх сторін пропаганда підтримує цю хитку рівновагу між брехнею та реальністю, де навіть фотографії вщент знищених житлових районів навіюють моторошний оптимізм. Але Маріуполь, на відміну від Алеппо, представлений з більшою долею прискіпливості в медіа – інтерес спільноти до цього міста дає пропаганді чіткіші вимоги стосовно кількості, швидкості та вигляду публікованих новин: в сюжеті телеканалу «RIA» від 24 лютого 2023 р. святкують річницю «СВО», показуючи нові житлові комплекси з кольоровими панелями та зеленими насадженнями. Місцевий житель Олександр, в чорній куртці та кепці, «зі сльозами на очах» показує знімальній групі колишній будинок, знищений в результаті обстрілів. Завдяки Росії у Олександра з'явилась надія: після закінчення будівництва він переїде у новий район неподалік свого будинку, де вже багато маріупольців облаштовують видані державою квартири. Краєвиди при цьому показані доволі скромно, майже ненароком, акцент роблять на новому, а не на старому. Старе, як зізнається закадровий голос, «до кінця року планують демонтувати» [2].

Схожим по змісту і стилю є півгодинний сюжет з Володимиром Путіним чи його копією: символічно чи ні та фон надзвичайно позитивний: новобудови з простим сучасним дизайном та кольоровий дитячий майданчик, де Путін уважно

вивчає план забудови, яка має подарувати мешканцям мирне і спокійне життя в прекрасній Росії майбутнього. Скромні посмішки на обличчях учасників дійства натякають на те, що все в Маріуполі під контролем – починаючи від кольору віконних рам до тихих голосів злісної опозиції, яка ховається за цими самими вікнами. Російське телебачення, звісно, невміло та поспішно виріже цей конфуз, але реальність залишиться без змін: повоєнні амбіції пропаганди з відбудови визнають проблему і починають з нею працювати, якщо не на місцях, то хоч в розумах кінцевих споживачів контенту.

Вживання слів та логіка їх використання є суттєвим елементом розуміння механіки пропагандистського апарату: в усіх цих матеріалах фокус робиться на «відбудові», «відновленні», «будівництві»; ці слова завжди поруч з іншим, центральним словом – «Росія». Коли потрібно пояснити необхідність такої відбудови, завжди існує інша логічна «зв'язка» візуального з фонетичним – пост-правда, фокус на події через призму емоцій жителів, яким Росія повертає житло: «сльози на очах», «очі, повні вдячності», «плаче від щастя» – подібна словесні конструкції чітко вказують глядачеві, що у Росії була ціль, Росія прийшла не просто так, Росія зробила те, що обіцяла. Вона там цілком законно, бо їй вдалося легітимізувати свою присутність через постаті невідомих містян, які щасливі знову повернутися під опіку «Великого Брата», щасливі втілити цю фантазію через незриму присутність морального та історичного «права». На практиці, керуючись цим усвідомленням, можемо помітити ще одну маніпуляцію – феномен, про який вже згадувалося в контексті постмодерної природи пропаганди, а саме вибірковість фактів, «черріпікінг». В усіх відео, знятих російськими телеканалами та воєнкорами, присутність людини надто рафінована, бо вона виступає у якості певного архетипу, виглядає, поводить ся і говорить так, як це від неї очікує середньостатистичний громадянин РФ, гордий за звершення російської нації. Люди тут є безликою масою, з якої з'являється один чи два спікери, готових грати за хаотичними правилами пропаганди, цинічної та абсурдної, проте ефективною у своїй адаптивності та здатності запозичувати цінності, які їй не належать.

Важливою є і кількість таких повідомлень. Пам'ятаючи потяг пропаганди до новинного плюралізму, нікого не здивує, скільки контенту супроводжує ці три епізоди – заперечення вторгнення, його легітимізація через мовні ігри та доведення результативності власних дій через процес медійної відбудови. Кожний з цих елементів актуальний у рамках дискурсивного простору російсько-української війни, кожний з цих елементів доводить постмодерну природу російської пропаганди, в якій правда є нічим більшим, ніж симуляцією. І, разом із цим, кожний з цих елементів вказує на безсилля пропаганди перед обличчям правди: певно, ще ніколи в Росії не було такого прагнення виграти інформаційну війну, тому що вперше від цього залежить не тільки її репутація, а і державність.

3.5. Контрпропаганда: війна іншими засобами

Цей підрозділ присвячено методам боротьби з постмодерною російською пропагандою. Ми вже багато знаємо про те, який її механізм та які техніки використовуються, аби досягти «найкращого» результату. Проблематика пропаганди полягає в тому, що вона буває різною і націлена на кілька категорій споживачів. Враховуючи цю інформацію, одного викриття буде недостатньо, аби переконати аудиторію в тому, що російські медіа цілеспрямовано нехтують фактами і змінюють контекст на свою користь. Це поле невизначеності – мудрість пропаганди, як ми вже переконалися, полягає в тому, що вона не вигадує надскладні пояснення різним ситуаціям, а фокусується на кількості, розщепленості та абсурдності. Заперечивши один «фейк», на його місці з'являються нові, і не завжди користувачам вдається відрізнити правду від брехні в нескінченному потоці інформації. У такий спосіб, багатьом російським наративам вдається прижитися в свідомості людей, навіть тих, які схильні до скептицизму.

Пітер Померанцев та Майкл Вайс в спеціальній доповіді The Interpreter [39, с. 34] присвятили розділ методам боротьби з викликами Кремля. Згідно їх переконанням, проблема полягає у тому, що нема чіткого розподілу між

«пропагандою» і «дезінформацією». Це становить значну загрозу навіть самій концепції «свободи слова», тому рішення полягає в ефективному та своєчасному фільтруванні ідей, тем та смислів, які потрапляють в мережу. Перш за все, у доповіді звертаються до західних інститутів, які часто стають «рупорами» пропаганди. Відомі платформи, зокрема такі як Twitter, Facebook, Instagram є найбільш популярними, тому в основному користувачі отримують інформацію з цих джерел. До прикладу, користувачі Twitter можуть відзначити, що з приходом Ілона Маска російська пропаганда займає значнішу роль у діяльності платформи, ніж це було у попередні роки. Автори пишуть, що «якщо ЗМІ самі не хочуть включитися в боротьбу з нею [дезінформацією], то з цією ж ціллю можуть бути створені й інші організації – наприклад, аналоги українського сайту StopFake або американського PolitiFact» [39, с. 45].

Проте специфіка російського підходу до висвітлення подій, як вже згадувалося, не дозволяє нам покладатися на одні лише групи експертів та працівників, суть роботи яких полягатиме в розвіюванні міфів спростуванні брехні. Як наслідок, малоефективними виглядають офіційні джерела інформації – люди, виховані на засадах радянського цинізму, часто скептично ставляться до влади і її заяв, тому шукають альтернативні джерела інформації, які, на їхню думку, володіють «секретними» даними і здатні запропонувати новий підхід. До того ж, їх чутливість до відкритої контрпропаганди знижується: значно легше і приємніше повірити Кремлю, який заповнив весь російський простір, ніж зважати на українські телеканали, що часто пропонують такий же брехливий і недостовірний продукт, але навиворіт і менш професійно.

Таким чином, марафон українських телеканалів та новинних агентств на кшталт «FREEDOM» з цілодобовими ефірами та окремими сюжетами, ведучі та спікери яких переважно не наділені тою медійністю, не є пристойними опонентами для російської пропаганди, навіть якщо згадані передачі орієнтовані на російського глядача. Аналізуючи кількість відгуків та згадок у соцмережах, набагато ефективнішим є вихід в ефір українських політиків та осіб, що якимось чином пов'язані з війною і критикують позицію Кремля: до прикладу, це

інтерв'ю з Олексієм Арестовичем, Михайлом Подоляком, Кирилом Будановим та Романом Світаном – людьми, які активно працюють з російською аудиторією через призму цього «таємного», «секретного» знання зсередини. Телеграм-канали, по типу тих же «воєнкорів», теж відіграють значну роль в цій війні, тому медійний і психологічний вплив на цих «експертів» є вирішальним: інформація від зазначених спікерів, як ми можемо помітити, часто їх деморалізує, а це несе шкоду апарату пропаганди та становищу як і російського суспільства, так і військових, що, безумовно, знижує ефективність і залученість.

Проте є і зразок ефективної контрпропаганди, хоча вона не прив'язана ні до «ореолу офіційності» і не претендує на строгий фактчекінг. Цей зразок, очевидно, стосується відомої діяльності NAFO («North Atlantic Fella Organization», калька на НАТО). Використовуючи метод «шитпостингу», тобто агресивного глузливого контенту низької якості, ця інтернет спільнота доволі ефективно протидіє проросійським ботам та троям, підтримуючи Україну та висвітлюючи агресію Росії проти України. Пітер Сінгер, автор книги «Як війна: вепонізація соціальних медій» в статті видання The Economist зазначив, що війська NAFO проявили себе як ефективна сила опору російській пропаганді проти України [43]. Поряд із цим, NAFO орієнтується більше на західного користувача – їх основною ціллю є нейтралізація російських наративів в західних країнах, тому як спосіб роботи саме з російським контентом для зміни позиції російської аудиторії ця спільнота, як можемо зауважити, не пристосована.

Тому російській пропаганді, навіть враховуючи усі зазначені види і методи боротьби, все ж залишається багато – точніше, пропагандистського контенту. Ця пропаганда наповнює інформаційний простір з величезною швидкістю, і пояснити, в чому полягає неправда, набагато складніше, ніж створити сам привід. Найкращим і найбільш ефективним методом в цьому процесі є боротьба не з окремими новинами, а людьми та організаціями, які ці новини пропонують: тут мова йде про глобальну систему комунікації, на яку посилається Бодріяр, коментуючи відому концепцію «середовище є повідомленням» Маклюєна [1, с. 121]. Ця система, на думку Крейка «...має

недоліки..., і найкраще, що може зробити Європа – розібратися з цією проблемою вдома» [31, с. 26]. Це не означає, що ми можемо викоринити брехню, що можемо забезпечити закон, який протидіятиме пропаганді увагу, але зміна самого середовища, зміна самого типу західних ЗМІ, створення так званої «хартії відповідальної журналістики», про яку пишуть Померанцев і Вайс, є найбільш вагомим кроком, який може завадити Кремлю поширювати «фейки». Є сенс продовжувати боротьбу з окремими новинами, як це робить NAFO, є сенс протидіяти у власне російському медійному просторі, запрошуючи українських експертів та спікерів. Але боротьба з джерелом значно суттєвіша для української та міжнародної спільноти, ця боротьба пропонує необхідний політичний та соціальний захист проти пропаганди. Звісно, цей сценарій розвивається в контексті глобальної інформаційної війни (яку часто називають гібридною), тому все залежатиме від готовності урядів вбачати в пропаганді проблему, а також готовності самих споживачів відмовитися від подібної системи, де приватні компанії «продають» їх інтереси в умовних перегонах за домінацію.

Висновки до розділу

Отже, порівнюючи та аналізуючи заяви, фотографії та відео, які генерують медіа Кремля, ми переконалися в тому, що російський підхід до пропаганди доволі простий і банальний по своїй суті, тому що він не потребує використання надскладних лінгвістичних конструкцій, не потребує CGI (англ. computer-generated imagery, зображення, які генерує комп'ютер), умілих склейок та монтажу, не потребує чіткої документації та заяв, які хоча би зберігали фасад правдивості та причетності. Сучасна російська пропаганда тим і відрізняється від радянської, тому що вона потребує значно менше ресурсів, аби викликати у споживача відчуття довіри та примусити його обрати сторону. Враховуючи, що російських новин банально більше і вони пропонують просте та очевидне пояснення, щедрі на аналогії, подібний вибір стає очевидним: РФ не треба створювати з нуля істину, їй достатньо змінити ту, що вже є. Українська війна унікальна в тому сенсі, що вперше за довгий час апарату пропаганди дедалі складніше підтримувати баланс між брехнею та істиною. Український кейс

демонструє, що боротьба з сучасною російською пропагандою хоч і складна, та все ж приносить свої результати, розхитуючи позицію режиму не тільки на міжнародній арені, а і у себе вдома.

ВИСНОВКИ

Механізм пропаганди використовує інформацію у якості зброї, якою веде сучасні гібридні війни. Краща інформованість населення у двадцять першому столітті змушує пропаганду вдаватися до більш сучасних підходів роботи з інформацією, залучати більше джерел та створювати продукт, який може переконати різні верстви суспільства. Тому, в результаті теоретичного дослідження, ми окреслили історіографію та термінологію дослідження задля створення необхідної наукової бази та визначення концепцій і принципів, які б вплинули на подальший аналіз.

В історіографії було зібрано різні за змістом та значимістю роботи, проте їх розгляд та порівняння дозволили сформулювати основні тези, на які посилаються інші розділи. Завдяки роботам «Стан постмодерну» Ж.-Ф. Ліотара, «Симулякри і симуляція» Ж. Бодріяра, «Вепонізація постмодернізму: нова російська війна проти Європи» П. Б. Крейка та «Постмодерністський поворот» І. Хассана було виявлено спільні патерни явища постмодерну та його прикметних рис, які найчастіше використовуються російською пропагандою у якості інструментів задля досягнення кінцевої мети – переконати споживача контенту у правдивості власної брехні і неоднозначності істини, яку неможливо приховати.

Завдяки проведеному теоретичному аналізу, ми змогли дослідити процес експлікації пропаганди та ідеології в російському суспільстві, оцінивши як і загальні тенденції сучасного суспільства в еру технологій та глобалізації, так і більш конкретні приклади та історичні наративи, що вплинули на становлення пост-радянської людини та на формування її поведінки. В процесі ми скористалися працями «Ніщо не правда і можливо все: сюрреалістичне серце нової Росії» П. Померанцева та «Інтелігенція та цинізм: політичні метаморфози постмодернізму» М. Ліповецького, також у значній мірі опираючись на теоретичну концепцію цинізму П. Слотердайка. Розглядаючи явище цинізму, особливості російської спільноти стали більш наочними та зрозумілими –

цинізм, як було зазначено, не зникає безслідно, а стає другою природою як і радянського, так і пост-радянського покоління людей, які, протиставляючи себе системі, штовхають медіа до більш хитрих та адаптивних тактик.

Таким чином, в межах цього дослідження вдалося співвіднести становище і характер російською суспільства та пояснити природу російської пропаганди, яка орієнтується на історичний, соціологічний та культурний контекст.

Ще один важливий елемент, висвітлений в цій праці, стосується необхідності роботи з пропагандистськими наративами методом створення контрпропаганди, не дозволяючи Росії маніпулювати даними і наповнювати медійний простір «фейками». На жаль, офіційна інформація сторони-опонента та цілодобові марафони новин, які утилізують схожі підходи, часто виявляються малоефективними. Тому було запропоновано декілька способів боротьби, найважливіший з яких пропонує не банальне спростовування неправди, яка в ЗМІ шириться з величезною швидкістю, а боротьба з джерелами цієї самої пропаганди – міжнародні платформи та соцмережі дуже незахищені перед медіа, які фінансує Кремль. Проте така боротьба не позбавлена сенсу: якщо потік інформації не контролювати, вона здатна серйозно нашкодити, тому важливо її сприймати серйозно і відповідально.

З метою закріпити результати теоретичного аналізу та продемонструвати схему дії пропаганди у більш предметному вимірі, в практичному розділі було розглянуто два основних кейси: російсько-сирійської війни та повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Практична частина роботи була зосереджена на аналізі використанні постмодерних рис в дискурсі військової російської пропаганди та дослідженні її впливів на висвітлення і оцінку подій. Аналізуючи кейси російсько-сирійської та російсько-української війни, ми змогли довести, що апарат пропаганди найбільш активний в контексті військових конфліктів, тому що саме ці події мають найбільший вплив на настрій та стан суспільства і можуть викликати змішані почуття.

Зазначені кейси аналізувалися з точки зору трьох патернів: запереченні війни; її легітимізації в медійному полі через викривлення фактів та перекидання

вини; доведення результативності війни через медійне зображення повоєнної відбудови та залученості Росії у «відновленні» зруйнованих міст – для прикладу було обрано Алеппо у Сирії та Маріуполь в Україні. Цей експеримент базувався на лінгвістичному аналізі інформації, яку було взято з афілійованих з Кремлем ЗМІ, новинних сюжетів та заяв офіційних посадовців. Як наслідок проведеного аналізу, вдалося побачити прояви постмодерних рис російської пропаганди та зумисне їх використання з метою маніпулювати реальністю через медіа. Пошук спільних рис уможливив оцінку діяльності російської пропаганди з історичної перспективи, тому що робота медіа в Сирії та Україні значною мірою перегукуються, так як всюди використовується знайома, вже окреслена нами тактика.

Таким чином, усі дослідницькі завдання було виконано в процесі міждисциплінарного культурологічного та практичного аналізу. Подальші дослідження найбільш результативні саме в постмодерному дискурсі: розуміючи філософію пропаганди та російської ідеології, оцінка повинна здійснюватися на базі історичного та соціологічних контекстів суспільства та його способів роботи з інформацією. Саме ці контексти та дискурси, як вже було доведено в рамках виконаного дослідження, мають найбільший вплив на творення пропаганди і її діяльність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Бодріяр Ж. Симулякр і симуляція / Жан Бодріяр. – Київ: Видавництво Соломії Павличко «ОСНОВИ», 2004. – 230 с.
2. В Мариуполе продолжается восстановление жилого фонда. РИА Новости Медиабанк. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://riamediabank.ru/media/8377460.html> (дата звернення: 26.05.2023).
3. Действовать на упреждение – Путин об использовании ВВС РФ против ИГ в Сирии. РИА Новости. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ria.ru/20150930/1294020708.html> (дата звернення: 26.05.2023).
4. Договор о дружбе и сотрудничестве между СССР и САР (1980). РИА Новости. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ria.ru/20150930/1293215601.html> (дата звернення: 26.05.2023).
5. Европу призвали помочь в денацификации Украины. ИноСМИ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://inosmi.ru/20220618/politika-254580026.html> (дата звернення: 26.05.2023).
6. Западные СМИ нашли нестыковки в видео химатак в Сирии. vesti.ru. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vesti.ru/article/1375704> (дата звернення: 26.05.2023).
7. Захарова назвала безумцами говорящих о готовности России напасть на Украину. РИА Новости. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ria.ru/20220215/naradenie-1772816957.html> (дата звернення: 26.05.2023).
8. Захарова: Цель спецоперации не свержение власти Украины, а защита ДНР и ЛНР. Новости Татарстана и Казани – Татар-информ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tatar-inform.ru/news/zaxarova-cel-specoperacii-ne-sverzenie-vlasti-ukrainy-a-zashhita-dnr-i-lnr-5857690> (дата звернення: 26.05.2023).

9. Как возрождается жизнь в крупнейшем сирийском городе. smotrim.ru. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://smotrim.ru/video/1639926> (дата звернения: 26.05.2023).

10. Лавров заявил о цели спецоперации покончить с доминированием США в мире. Известия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iz.ru/1318854/2022-04-11/lavrov-zaiavil-o-tceli-spetcoperatcii-pokonchit-s-dominirovaniem-ssha-v-mire> (дата звернения: 26.05.2023).

11. МИД РФ: Договор СССР и Сирии о дружбе сохраняет силу, но не предусматривает военную помощь – ТАСС. ТАСС. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/politika/576592> (дата звернения: 26.05.2023).

12. Медиафорум региональных и местных СМИ «Правда и справедливость». Президент России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://special.kremlin.ru/catalog/regions/KGD/events/56969> (дата звернения: 26.05.2023).

13. Минские соглашения были растоптаны украинским режимом – Лавров. m24.ru. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.m24.ru/videos/politika/22022022/433372> (дата звернения: 26.05.2023).

14. Националисты на Украине подстрекают местных военных, заявил Путин. РИА Новости. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20220225/putin-1775121200.html> (дата звернения: 26.05.2023).

15. Обращение Президента Российской Федерации. Президент России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/67843> (дата звернения: 26.05.2023).

16. Президент Сирии обратился к России с просьбой о военной помощи. РБК. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/politics/30/09/2015/560b97489a79476f7150d5d2> (дата звернения: 26.05.2023).

17. Путин: борясь с ИГ в Сирии, военные РФ защищают Россию и ее граждан. РИА Новости. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20151117/1322896349.html> (дата звернения: 26.05.2023).

18. Путин назвал основную задачу российских военных в Сирии. Interfax.ru. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/russia/472593> (дата звернения: 26.05.2023).

19. Путин: Россия поддерживает отряды сирийской оппозиции с воздуха – BBC News Русская служба. BBC News Русская служба. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.bbc.com/russian/news/2015/12/151211_putin_syrian_opposition (дата звернения: 26.05.2023).

20. Режиссура войны: фейки «Белых касок» о «химатаках» снимались за рис, финики и печенье. vesti.ru. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vesti.ru/article/1478724> (дата звернения: 24.05.2023).

21. Россия обвинила повстанцев и Запад в отсрочке сирийских мирных переговоров. Reuters. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.reuters.com/article/orutp-mideast-crisis-syria-russia-shoigu-idRUKBN12W3N7> (дата звернения: 22.05.2023).

22. Странный документ: 7 стран призвали Россию прекратить удары по «мирной сирийской оппозиции». vesti.ru. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vesti.ru/article/1725600> (дата звернения: 26.05.2023).

23. Участники Медиафорума ОНФ обсудили вопросы журналистской этики с Симоньян, Тимофеевой и Костенко. Моя Округа. РФ – выберите свою округу! [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moyaokrug.ru/Print.aspx?articleId=256567> (дата звернения: 26.05.2023).

24. Шойгу: Главное для нас – защитить Россию от военной угрозы, создаваемой Западом. Новости от 01.03.2022 г. Главные новости Краснодара и Юга – Краснодарские известия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ki-news.ru/news/shoigu-glavnoe-dlia-nas-zashchitit-rossiiu-ot-voennoi-ugrozy-sozdavaemoi-zapadom/> (дата звернения: 26.05.2023).

25. Anderson P. *The Origins of Postmodernity* / Perry Anderson. – London, New York: Verso, 1998. – 201 с.
26. Bac L. H. *From Language to Postmodern Language Game Theory* / L. H. Bac, D. T. Thu Hang. // *Mediterranean Journal of Social Sciences*. – 2016. – №6. – С. 319–324.
27. Baudrillard J. *The Gulf War did not take place*. Bloomington : Indiana University Press, 1995. 87 с.
28. Bewes T. *Cynicism and postmodernity*. London : Verso, 1997. 248 с.
29. Hassan I. H. *The postmodern turn: Essays in postmodern theory and culture*. [Columbus] : Ohio State University Press, 1987. 267 p.
30. Castle S. *A Russian TV Insider Describes a Modern Propaganda Machine* (Published 2015). *The New York Times*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<https://www.nytimes.com/2015/02/14/world/europe/russian-tv-insider-says-putin-is-running-the-show-in-ukraine.html> (дата звернения: 26.05.2023).
31. Craik P. B. *The Weaponization of Postmodernism: Russia's New War with Europe* / P. B. Craik. // *LEQS Paper No. 146*. – 2019. – С. 40.
32. Fedchenko Y. *Kremlin propaganda: soviet active measures by other means* / Yevhen Fedchenko. // *Sõjateadlane (Estonian Journal of Military Studies)*. – 2016. – С. 141–170.
33. Haraszti M. *Report on Russian media coverage of the Beslan tragedy: Access to information and journalists' working conditions*. 16 верес. 2004 р. С. 1–13.
34. Lipovetsky M. *Intelligentsia and cynicism: political metamorphoses of postmodernism*. *Russian Journal of Communication*. 2018. Т. 10, № 2-3. С. 233–250. URL: <https://doi.org/10.1080/19409419.2018.1533420> (дата звернения: 26.05.2023).
35. Lipovetsky M. *The Aesthetic Code of Russian Postmodernism* [Электронный ресурс] / Mark Lipovetsky. – 2012. URL: https://digitalscholarship.unlv.edu/russian_culture/19/.(дата звернения: 26.05.2023).
36. Lyotard J. F. *The postmodern condition: A report on knowledge*. Minneapolis : University of Minnesota Press, 1984. 110 с.

37. Meduza. «Берите власть в свои руки!», 2022. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Qm_1JmoqUwM (дата звернення: 26.05.2023).

38. Pomerantsev P. Nothing Is True and Everything Is Possible / Peter Pomerantsev. – New York: Public Affairs, 2014. – 256 с.

39. Pomerantsev P. The menace of unreality : how the Kremlin weaponizes information, culture and money / P. Pomerantsev, M. Weiss // Institute of Modern Russia. – 2014. [Электронний ресурс]. – Режим доступу: https://imrussia.org/media/pdf/Research/Michael_Weiss_and_Peter_Pomernantsev__The_Menace_of_Unreality.pdf. (дата звернення: 25.05.2023).

40. Sloterdijk P. Critique of cynical reason. Minneapolis : University of Minnesota Press, 1987. 558 с.

41. Sophist, by Plato. FreeeBooks. Project Gutenberg. [Электронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gutenberg.org/files/1735/1735-h/1735-h.htm> (дата звернення: 26.05.2023).

42. The Weaponization of Postmodernism: Russia's New War with Europe. // LEQS Paper No. 146. – 2019. – С. 1–40.

43. The Economist. A virtual army of impish cartoon pooches is waging war on Russia. The Economist. [Электронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.economist.com/europe/2022/08/31/a-virtual-army-of-impish-cartoon-pooches-is-waging-war-on-russia> (date of access: 26.05.2023).

44. Zizek S. The Plague of Fantasies / Slavoj Zizek. – London: Verso, 2008.– 321.