

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра східнослов'янської філології
та інформаційно-прикладних студій

**МОВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА МУЛЬТИКАНАЛЬНІСТЬ РОСІЙСЬКОЇ
ПРОПАГАНДИ ПЕРІОДУ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ
(2014-2023)**

Кваліфікаційна робота
на здобуття ОС «бакалавр»
студентки IV курсу
галузь знань 03 «Гуманітарні науки»,
спеціальності 035 «Філологія»,
спеціалізації 035.034
«Слов'янські мови та літератури
(переклад включно), перша –
російська»
ОПП «Російська мова і література
та англійська мова»
Дарії Кехтер

Науковий керівник:
к. філол. н., доцент кафедри
східнослов'янської філології та
інформаційно-прикладних студій
Ірина КУЛІНІЧ

«Допущено до захисту»
Протокол № 11 кафедри
східнослов'янської філології та
інформаційно-прикладних студій
ННІФ від 12.05.2023
Завідувач кафедри
к. філол. н., доц. _____

Олександр БОНДАРЕНКО

Київ – 2023

ЗМІСТ

Вступ.....	3-5
РОЗДІЛ 1. МОВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА СТРАТЕГІЇ ЗНЕЦІНЕННЯ У КІНО ТА ЗМІ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ	
1.1. Особливості мовленевих стратегій у кіно та ЗМІ.....	6-11
1.2 Гібридна війна Росії проти України	12-15
1.3 Стратегії знецінення у кіно та ЗМІ.....	15-20
РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ ПРОПАГАНДИ У КІНО ТА ЗМІ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ ВІЙНИ	
2.1. Сутність пропаганди, її особливості в умовах війни.....	21-24
2.2. Технології впливу пропаганди на громадську думку: кіно та ЗМІ	24-27
РОЗДІЛ 3.	
МОВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДИСКРЕДИТАЦІЇ УКРАЇНЦІВ В КІНО ТА ЗМІ	
3.1 Комплекс меншовартості	28-31
3.2 Репрезентація українців, української культури в російських фільмах з негативної сторони.....	31-35
3.3 ФЕНОМЕН МАЛОРОСІЙСТВА	
3.4 МОВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗНЕЦІНЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ ТЕКСТАХ АГРЕСОРА	
3.5 Аналіз матеріалу кінофільмів.....	36-43
РОЗДІЛ 4. МОВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРЕДСТАВЛЕННЯ УКРАЇНЦІВ У РОСІЙСЬКИХ ТЕЛЕСЕРІАЛАХ	
4.1 Вплив російських телесеріалів на український інфопростір.....	43-45
4.2 Аналіз матеріалу телесеріалів.....	45-49
Висновок.....	50-51
Список літератури.....	52-56

ВСТУП

Глобальним викликом для всього нашого суспільства стала російсько - українська війна, яка спричинила лавиноподібне розповсюдження дезінформації, що набуває значущості в сучасній інформативно-психологічній війні.

Актуальність дослідження зумовлена низкою причин, а саме проблематикою гібридної, інформаційної війни з Росією, в умовах якої знаходиться Україна, ростом маніпулятивного впливу.

Проблематика гібридної війни, маніпулятивного впливу та його втілення в різних сферах комунікації глибоко вивчається у фундаментальних роботах В.Горбуліна, Г.Почепцова, О.Снитко, Н.Слухай, Л.Компанцевої, Б.Парахонського, Г.Яворської та інших. Українські науковці серйозно осмислюють феномен сучасної інформаційно- психологічної війни. У цьому сенсі помітним явищем стали колективні розвідки , зокрема «Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни:погляд від волонтера до науковця». (К., 2018).

Війна –це період відвищеної напруги та емоційності, саме тому основним завданням мультимедіальної комунікації є вплив на емоційний канал сприйняття. Для досягнення цієї мети використовується спектр різних засобів – від традиційних до найновіших.

Це робить більш переконливими меседжі пропаганди, забезпечує їх потужний вплив на масову свідомість.

Дослідження присвячене аналізу мовних технологій, які реалізуються у кіно, телесеріалах у форматі просування антиукраїнських (українофобських) наративів .

Вважаємо це особливо важливим, адже такі меседжі сприймаються менш критично ніж ті, що транслюють ЗМІ. У цьому контексті можна пригадати тезу «мистецтво поза політикою». Тому актуальність даної роботи полягає у вивченні меседжів пропаганди країни- агресора про Україну та українців та їх просування у кіно і телебаченні.

Дослідження того, які саме тактики та інструменти використовуються , які повідомлення були сприйняті аудиторією., є важливим для розуміння ефективності протидії пропаганди.

Це актуально в контексті дискусій про заборону трансляції російських фільмів і телесеріалів на території України.

Також надзвичайно важливо вивчити процес проектування образу «іншого». Оскільки коло спілкування людей кількісно обмежене, судження та уявлення про світ, інші спільноти, країни та просторово віддалені події конструюються через ЗМІ, соціальні мережі, розповіді знайомих, фільми, серіали та інші сфери культури.

Пропаганда здатна проникнути в ці засоби комунікації і змінювати повідомлення для досягнення певних цілей. Таким чином, наприклад, конструювання образу умовного «іншого» як ворога чи загрози може стати підставою для легітимізації населенням застосування інструменту сили.

Об'єктом дослідження є мовні технології та стратегії знецінення української ідентичності в пропагандистських текстах країни агресора. Предметом дослідження є вплив мовних технологій в пропагандистських текстах країни- агресора, що формували комплекс меншовартості у цілих поколіннях українців.

Мета роботи – дослідити мовні технології та мультिकанальність російської пропаганди періоду російсько-української війни (2014-2023).

Сформульована вище мета передбачає вирішення таких завдань:

- Охарактеризувати мовні технології та стратегії кіно та ЗМІ.
- Виявити наративи та меседжі російської пропаганди щодо України та українців, що просуваються у кінофільмах і телесеріалах країни- агресора.
- Вивчити особливості проектування образу « іншого» в російській кінофільмах і телесеріалах.
- Дослідити мовні технології знецінення української ідентичності у кінофільмах і серіалах.

Матеріалом дослідження виступили відомі російські кінофільми і телесеріали, зняті в період підготовки повномасштабного вторгнення країни- агресора. (2000-2014р.).

Вибір серіалів мотивується наступним.

Телесеріали- поширене і популярне явище сучасної масової культури. Їх потужний вплив на масову аудиторію обумовлений поєднанням досить простих прийомів , тривалості та повторюваності в захопленому інфопросторі.

Було проаналізовано такі кінофільми та телесеріали як: "Моя прекрасна няня", "Папани дочки", "Кадетство", "Солдати" , "Тарас Бульба", "9 рота", "Брат 2" .

В центрі нашої уваги знаходяться кіно- і телепродукти , зняті в період підготовки до повномасштабного вторгнення Росії в Україну (2000-2014). Вибір МЕТОДІВ дослідження, обумовлений його метою та завданнями. У роботі використані методи наукового опису, інтерпретативний метод. Сформульована мета та завдання зумовлюють принципи структурування роботи.

РОЗДІЛ 1. МОВЛЕНЕВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА СТРАТЕГІЙ ЗНЕЦІНЕННЯ У КІНО ТА ЗМІ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

1.1. Особливості мовленнєвих стратегій у кіно та ЗМІ

Швидкий розвиток засобів масової інформації та нових комунікаційних технологій протягом останніх тридцяти років мав значний вплив на функціонування мови. Інтенсивне зростання традиційних ЗМІ, таких як преса, радіо й особливо телебачення, разом з появою та широким поширенням Інтернету, суттєво змінили сучасну мовну ситуацію. Велика частина нашого повсякденного мовленнєвого та текстового функціонування тепер відбувається у ЗМІ.

Поява цілодобових каналів новин, різноманітних телепрограм та онлайн-видань, постійна вербальна взаємодія в соціальних мережах — все це поставило перед мовознавцями нові виклики, які вимагають нових форматів досліджень. Не дивно, що швидкий розвиток мовленнєвої та текстової продукції у сфері масової комунікації в другій половині ХХ — на початку ХХІ століття стимулював наукові дослідження, що охоплюють широкий спектр тем, від особливостей текстів новин до використання мови в інтернет-блогах і соціальних мережах. Цей новий науково-дослідницький напрямок, який активно розвивається, залучає представників практично всіх галузей лінгвістики: соціальної лінгвістики, психолінгвістики, когнітивної лінгвістики, а також фахівців з дискурсивного аналізу та інших суміжних областей.

Також доступно безліч сайтів соціальних мереж, які дозволяють ділитися своєю роботою з іншими та отримувати відгуки від колег або шанувальників. Деякі з цих сайтів включають YouTube, Reddit, Vimeo, Flickr і Letterboxd.

Мовні технології та стратегії знецінення в пропагандистських текстах країни-агресора можуть включати в себе різні прийоми та методи, які спрямовані на маніпуляцію громадською думкою та створення негативного ставлення до інших країн чи груп людей. Ось деякі з них:

Дезінформація

Дезінформація в медіа — це поширення неправдивої, маніпулятивної або прихованої інформації з метою впливу на громадську думку, політичні процеси або інші сфери суспільства. Дезінформація може бути навмисною або ненавмисною, іноді вона поширюється з метою збити з пантелику,

змінити переконання аудиторії або спричинити певні політичні чи соціальні наслідки.[43]

Існує кілька способів поширення дезінформації в медіа:

Публікація неперевіреної або фабрикованої інформації: Деякі медіа можуть навмисно публікувати новини або статті, які не мають підтверджень у фактах або дослідженнях. Це може включати фотомонтаж, маніпуляцію цитатами або вигадані історії.

Розповсюдження поганих джерел: Медіа можуть цитувати ненадійні джерела або надавати платформу « експертам», які не мають достатнього авторитету в певній сфері.

Маніпуляція заголовками із метою привернення уваги: Заголовки можуть бути надмірно сенсаційними або провокативними, навіть якщо сама стаття не має достовірних доказів чи аргументів.

Боти та фейкові акаунти: У соціальних медіа можуть активно поширюватись дезінформаційні повідомлення через автоматизовані боти або фейкові акаунти, що приховують справжніх авторів.

Замовні матеріали: Деякі медіа можуть публікувати матеріали, спонсоровані або замовлені певними інтересами, без чіткої позначки про комерційний або політичний характер цих матеріалів. Це може призводити до спотворення фактів або одностороннього представлення інформації.

Розповсюдження спекуляцій і чуток: Медіа можуть передавати неофіційні чутки або непідтверджені інформаційні повідомлення, що можуть викликати паніку або невинуватну тривогу серед громадськості.

Політична маніпуляція: Політичні сили можуть використовувати медіа для поширення дезінформації з метою залучення аудиторії, дискредитації опонентів або спотворення фактів у власну користь.

В багатьох випадках дезінформація в медіа має негативні наслідки для суспільства. Вона може порушувати довіру до медіа, спричиняти конфлікти, впливати на політичні процеси, створювати паніку або спотворювати образи окремих груп людей.[44]

Для боротьби з дезінформацією важливо критично оцінювати інформацію, перевіряти джерела, робити факт-чекінг та спирання на доказову базу. Також необхідно підтримувати незалежність інформаційних організацій,

сприяти розвитку медіаграмотності серед громадян і підтримувати транспарентність у власній споживчій поведінці в інтернеті.

Дискредитація

Дискредитація в медіа відбувається, коли інформація, факти або особистість людини навмисно представляються недостовірними або неправдивими з метою підриву довіри громадськості до цієї особи або ідеї. Це може бути спрямовано проти політичних діячів, громадських діячів, журналістів або будь-якої іншої особи або групи.

Деякі поширені методи дискредитації в медіа включають:

-Розповсюдження непідтверджених чуток . Це може бути зроблено шляхом публікації недостовірних інформаційних статей, поширення пліток у соціальних мережах або висловлення необґрунтованих заяв.

-Маніпулювання цитуваннями або вирізання фрагментів з контексту. Це може призвести до спотворення сенсу інформації або вигляду особи, про яку йдеться.

Використання псевдоекспертів або недостовірних джерел. Медіа можуть посилатися на фальшиві джерела або використовувати "експертів", які не мають належних знань або авторитету у відповідній галузі.

-Вплив на публіку шляхом перекручення фактів або вигадкування подій. Це може включати представлення неправдивих інформаційних статей, створення монтажів або маніпуляцію зображеннями.

-Засудження особистості або використання атак на людину замість обговорення її ідей або політики. Цей метод спрямований на підрив авторитету особи, незалежно від її фактичних досягнень.

-Застосування недостовірних статистичних даних , які не відповідають реальному стану речей, або неправдивих тверджень, які можуть виглядати переконливо для недосвідченої аудиторії.

-Використання масових коментарів або ботів у соціальних мережах. задля створення штучного враження підтримки або негативного настрою щодо особи чи ідеї .

-Використання таблоїдних або сенсаційних заголовків. Цей метод спрямований на привернення уваги аудиторії і створення емоційного реагування, але водночас може спотворювати справжній зміст статті або інформації.

Ці методи дискредитації в медіа можуть мати серйозні наслідки, такі як погіршення репутації особи, поширення недостовірної інформації серед громадськості або створення загрози для демократичних процесів.[45]

Важливо розвивати критичне мислення та здатність аналізувати інформацію, що надходить з медіа. Перевіряйте джерела, шукайте підтвердження інформації та звертайте увагу на можливі маніпуляції або викривання фактів.

Створення ворожого образу: Переконавання громадськості у наявності загрози або ворога, що дозволяє країні-агресору обґрунтовувати свої дії як захисні. Це може включати застосування страшних метафор, зображення інших країн як загрозливих або ворожих, а також акцентування на культурних або ідеологічних розбіжностях.

Маніпуляція емоціями: Використання емоційних апеляцій з метою залучити громадськість та отримати їх підтримку. Це може включати використання загальноприйнятих цінностей, страху, обурення.

Створення конфліктів та поділів: Використання мовних прийомів, щоб підкреслити розбіжності та конфлікти між різними групами людей або країнами. Це може включати зростання напруги, підкреслення історичних або етнічних конфліктів, розпалювання націоналістичних чи релігійних пристрастей.

Звуження інформаційного простору: Обмеження доступу до альтернативних джерел інформації, контроль над медіа та цензура, що сприяє формуванню однобокої картини світу та маніпулює думкою громадськості.

Ідентифікація та підрив слабких сторін: Акцентування на проблемах та недоліках інших країн або системи, створення враження їхньої, неефективності, підсилення негативних стереотипів.

Використання психологічних методів: Застосування психологічних прийомів, таких як узагальнення, спрощення або стереотипізація. Це може включати використання емоційно заряджених слів та образів, що спонукають до дії або викликають певні реакції.

Крім зазначених стратегій, в пропагандистських текстах країни-агресора також можуть використовуватися інші мовні технології:

Інверсія значень: Зміна семантичного навантаження слів або понять з метою перекручення сутності подій. Наприклад, може бути використано терміни "миротворчі операції" або "захисна війна" для опису військових агресій або окупації.

Маніпуляція статистикою: Систематичне використання вигаданих або перекручених статистичних даних з метою впливу на думку громадськості..

Зміна контексту: Використання вибіркового цитування або вирізання фраз з контексту з метою зміни їхнього смислу або інтенцій. Це може створювати спотворене уявлення про висловлювання або події.

Варто пам'ятати, що ці мовні технології та стратегії знецінення в пропагандистських текстах країни-агресора є маніпулятивними інструментами, які спрямовані на вплив на громадської думки. Їхнє використання має на меті підтримати політичну агенду агресора, засудити опонентів або створити негативне враження про цільову країну.

Щоб протистояти такій пропаганді, важливо:

Розвивати медійну грамотність: Розвивати критичне мислення та здатність аналізувати інформацію з різних джерел; розпізнавати маніпулятивні прийоми і розуміти їх мету.

Перевіряти джерела: необхідно перевіряти достовірність інформації за допомогою надійних джерел, факт-чекінгу та аналізу доказів. ; не поширювати неперевірену інформацію.

Розширювати інформаційний простір: мати доступ до різноманітних джерел інформації, в першу чергу – незалежних .

Критично оцінювати мову та аргументи: Уважно аналізувати мову, що використовується в пропагандистських текстах. Розуміти , які емоції або позитивні/негативні асоціації вони викликають.

Звертатися до об'єктивних джерел: Спирайтеся на об'єктивні джерела інформації, на дослідження відомих фахівців .

Розуміти контекст: Вивчати історичний та політичний контекст ситуації, щоб більш об'єктивно оцінювати події;

Виявляти маніпуляції: Розпізнавати типові маніпулятивні стратегії, такі як знецінення, дезінформація, дискредитація та інші. Будьте уважними до способу формулювання та представлення інформації.

Зберігати об'єктивність: Намагатися зберігати об'єктивність та критичний підхід, не дозволяючи емоціям повністю керувати вашим сприйняттям.

Загалом, розуміння мовних технологій та стратегій знецінення в пропагандистських текстах допомагає розпізнавати та протистояти маніпулятивним спробам впливу . У сучасному світі важливо залишатися інформованими, критично мислити та шукати об'єктивну та збалансовану інформацію. .

Таким чином, можна прийти до висновку, що мовні технології та стратегії знецінення в пропагандистських текстах країни-агресора є маніпулятивними інструментами, спрямованими на вплив на громадську думку та перекручення сприйняття. Ці стратегії можуть включати знецінення, дезінформацію, створення конфліктів, обмеження доступу до інформації та використання психологічних методів.

Для протистояння такій пропаганді важливо розвивати медійну грамотність, перевіряти джерела інформації, розширювати інформаційний простір, критично оцінювати мову та аргументи.

Усвідомлення мовних технологій та стратегій знецінення є важливим кроком у боротьбі з пропагандою та збереженні об'єктивного сприйняття інформації. Це допомагає нам не стати жертвою маніпуляцій та зловживань пропагандистів.

1.2 Гібридна війна Росії проти України

Гібридна війна - це стратегічний підхід, який використовується для досягнення політичних та військових цілей, поєднуючи різні форми діяльності, такі як інформаційна війна, кібератаки, економічний тиск, дестабілізація, підривна діяльність та інші, з метою впливу на супротивника та підриву його здатностей.

Росія, відома своїми амбіціями у сфері геополітики, була звинувачена в веденні гібридної війни в різних контекстах. Один із найбільш відомих прикладів - це конфлікт на сході України, де Росія використовувала комбінацію військових дій, інформаційної пропаганди, виклику нестабільності та інших методів для досягнення своїх політичних цілей. Гібридна війна також може включати кібератаки на критичну інфраструктуру, маніпуляцію інформацією за допомогою соціальних медіа, вплив на внутрішні справи інших країн шляхом підтримки опозиції або фінансування екстремістських груп.

Поняття гібридної війни. В умовах геополітичної ситуації в Україні набуло поширення поняття гібридної війни- інформаційне, економічне, смислове, людське, репутаційне протистояння. Війна в цьому контексті ведеться за владу над свідомістю людей, їхніми емоціями, мисленням, розумом. Адже володіючи масовою свідомістю , «можна опанувати й реальність, якою людина живе, а володіючи реальністю, отримати й владу над світом людини, включно й соціально- політичним простором, історичним часом і життєвими ресурсами»[Парахонський Б., Яворська Г.,2019,С.21]

Поява терміну « гібридна війна» зумовлена переосмисленням в сучасному суспільстві поняття миру. Сьогодні стан війни і миру прийнято трактувати у відмінний від традиційного спосіб.

Мир у традиційному розумінні сприймається як відсутність ворожнечі, збройної боротьби між народами, державами, тобто мир позначає функціонування соціально-політичної реальності у стані спокою .Однак, аналізуючи військові атаки по всьому світу, вважається доцільним відійти від традиційного підходу осмислення поняття миру, адже серед фахівців залишається дискусійним, який термін краще описуватиме будь-які агресивні дії проти іншої держави при збереженні з нею дипломатичних відносин,- війна чи мир. Наявність такої проблематики в сучасному інформаційному просторі спричинило появу нових позначень війни – « гібридна», « нетрадиційна».» сучасна новітня» та інші.[Парахонський Б., Яворська Г., 2019 С. 44-47].

Війна набуває ознаки гібридності тоді, коли в ній поєднуються засоби військової та інформаційної боротьби .В традиційній війні психологічна обробка виступає супроводом воєнних операцій. Однак психологічне протистояння у сучасних війнах домінує, і психологічний та

інформаційний показники значно переважають фізичну складову. Сфери свідомості та людських емоцій виходять на перший план.

Коли йдеться про гібридну війну, то йдеться про боротьбу на різних рівнях і в різних сферах, Тобто це та війна , яка розгортається у різних напрямках суспільного життя. Істотною ознакою гібридної війни є дії за парадоксальною логікою, коли стан війни є одночасно й станом миру [Парахонський Б., Яворська Г., 2019, С. 13-19]

У сучасному науковому просторі існують різні уявлення щодо трактування онтологічного статусу гібридної війни.

Гібридна війна стала об'єктом занепокоєння для багатьох країн та міжнародних організацій, оскільки вона може мати значний вплив на політичну стабільність та безпеку. Країни, що стикаються з гібридною війною, зазвичай намагаються розробляти протидійні стратегії, вдосконалювати кібербезпеку, підвищувати інформаційну грамотність громадян.

Продовжуючи тему гібридної війни Росії, слід зазначити, що цей підхід також був використаний у багатьох інших контекстах. Наприклад, Росія була звинувачена в воєнно-політичній агресії та проведенні гібридної війни проти Грузії в 2008 році, коли вона підтримувала військові дії відокремлених регіонів Південної Осетії та Абхазії, одночасно ведучи інформаційну пропаганду та економічний тиск на Грузію.

Крім того, Росія була звинувачена у втручанні у внутрішні справи інших країн, включаючи спробу вплинути на політичні процеси у Європі та Сполучених Штатах. Інформаційні кампанії, кібератаки та фінансова підтримка були використані для поширення дезінформації, впливу на громадську думку та підриву довіри до демократичних інституцій.

Гібридна війна стала складною проблемою для міжнародного співтовариства, оскільки традиційні підходи до безпеки та оборони не завжди ефективні проти цього типу загрози. Країни стали зосереджувати свою увагу на підвищенні кібербезпеки, посиленні спроможностей реагувати на дезінформацію, зміцненні соціально-економічної стійкості та забезпеченні належного навчання громадян з питань критичного мислення та інформаційної грамотності.

Можна зробити висновок, що гібридна війна Росії є складним стратегічним підходом, який включає комбінацію різних форм діяльності, таких як інформаційна війна, кібератаки, економічний тиск та інші, з метою досягнення політичних та військових цілей. Росія була звинувачена в гібридній війні в різних контекстах, включаючи конфлікти в Україні та Грузії, втручання у внутрішні справи інших країн та маніпулювання громадською думкою.

Гібридна війна стала предметом серйозного занепокоєння для багатьох країн і міжнародних організацій, оскільки вона може підірвати політичну стабільність, безпеку та довіру до демократичних інституцій. Протидія гібридній війні вимагає комплексного підходу, включаючи зміцнення кібербезпеки, підвищення інформаційної грамотності громадян, спроможностей реагувати на дезінформацію та забезпечення стійкості економіки.

Українські вчені, аналітики та експерти активно вивчають гібридну війну Росії та її вплив на Україну та інші країни. Україна, як країна, яка зазнала безпосередньої агресії та втручання з боку Росії, має значний досвід у боротьбі з гібридною війною і стала важливим джерелом знань у цій галузі.

Українські вчені досліджують різні аспекти гібридної війни, включаючи інформаційну війну, кібератаки, дезінформацію, економічний тиск та інші методи, які використовуються Росією. Вони аналізують стратегії та тактики Росії, її мету та наслідки для національної безпеки України.

Українські вчені також співпрацюють з колегами з інших країн та міжнародними організаціями, щоб обмінюватися досвідом, найкращими практиками та розробляти спільні стратегії для протидії гібридній війні.

Вивчення гібридної війни Росії українськими вченими відіграє важливу роль у розумінні цього явища, розробці протидійних стратегій та захисних механізмів, а також у підвищенні свідомості та інформаційної грамотності громадян, щоб протистояти дезінформації та маніпуляціям, які використовуються в гібридній війні.

Вчені які активно вивчали гібридну війну: Григорій Ковальський, Віталій Білецький, Віра Додонова, Олександр Штоквиш.

Міжнародне співтовариство повинно продовжувати співпрацювати та розробляти стратегії для ефективного протидії гібридній війні. Захист від гібридної війни вимагає гнучкості, широкого спектру заходів та спроможностей адаптуватися до постійно змінюючихся загроз, щоб забезпечити мир, безпеку та стабільність.

1.3 Стратегії знецінення у кіно та ЗМІ

Комунікативні стратегії Російської Федерації включають різні підходи і тактики, спрямовані на досягнення своїх цілей в області зовнішньої політики та впливу на міжнародну спільноту. Основні комунікативні стратегії Росії включають наступні елементи:

Дискурсивне формування: Росія активно використовує засоби масової інформації, включаючи телебачення, радіо, газети і соціальні медіа, для формування дискурсу, який сприяє її інтересам. Це може включати пропаганду, маніпуляцію інформацією та створення альтернативних версій подій.

Інформаційна війна: Росія веде активну інформаційну війну, використовуючи кібератаки, хакерські групи та інші методи для впливу на інформаційні системи інших країн. Це може включати дезінформацію, крадіжку даних і маніпуляцію громадською думкою.

Енергетична політика: Росія використовує свої енергетичні ресурси, зокрема природний газ, як інструмент впливу на інші країни. Вона може використовувати поставки газу як засіб тиску або політичного маневру.

Використання державної пропаганди: Росія використовує масові засоби масової інформації для поширення свого офіційного погляду на події та проблеми. Вона намагається створити позитивне враження про свою державу та лідерів, а також дискредитувати своїх опонентів.

Використання гібридної війни: Росія використовує гібридну війну як комунікативну стратегію, поєднуючи військові, інформаційні, економічні та політичні засоби для досягнення своїх цілей. Це може включати використання проксі-сил, дестабілізацію регіонів, кібератаки, економічну блокаду та інші тактики.

Використання державного контролю над медіа: Росія має сильний контроль над державними та приватними медіа, що дозволяє їй керувати інформацією, яка доходить до громадськості. Це дозволяє державі контролювати повідомлення та перекручувати події за своїми інтересами. Ці комунікативні стратегії Російської Федерації використовуються для підтримки її геополітичних, національних і економічних інтересів. [46]

Як розпізнати роботу комунікаційних стратегій

Розпізнавання комунікаційних стратегій може бути складним завданням, але є чіткі правила та позиції за якими щоденно працюють пропагандисти.

Цільова аудиторія: Комунікаційна стратегія зазвичай спрямована на конкретну аудиторію. Вона може включати специфічну мову, тон, стиль або контент, які відповідають цільовій групі.

Канали комунікації: Робота з комунікаційною стратегією зазвичай включає використання певних каналів комунікації. Наприклад, це можуть бути соціальні медіа, прес-релізи, веб-сайти, електронна пошта тощо. .

Спосіб викладення інформації: Комунікаційна стратегія може включати певний стиль викладення інформації. Наприклад, це може бути науковий, впливовий, емоційний або об'єктивний стиль, залежно від мети і контексту.

Зміст повідомлень: Комунікаційні стратегії можуть відрізнятися за змістом, який вони передають. Наприклад, це можуть бути факти, статистика, переконливі аргументи . тощо.

Реакції та вплив: Комунікаційні стратегії мають на меті сприяти певним реакціям або досягненню певного впливу на цільову аудиторію.

Поділ та конфлікт

Спочатку комунікаційні стратегії ретельно розбивають світ на категорії, розділяючи його на чорне й біле, справедливе й безправне. Вони неодноразово підсилюють ці тези та демонізують ворога. Боротьба з очевидним ворогом простіша, ніж вести війну з тим, хто існує лише в уяві. Для досягнення цього, ворога треба зробити конкретним і виділити його, а комунікативні стратегії досягають цього за допомогою трьох кроків:

1. Розподіл на Ми/Вони

КС поділяють світ на "наші" та "чужі". "Наші" вважаються правильними, зі справжніми цінностями і обов'язково переможуть, тоді як "чужі" вважаються неправильними, зі шкідливими цінностями і приречені на поразку.

Створюючи чорно-білу картину світу, комунікаційні стратегії спонукають людей відчувати єдність. Людина готова переживати труднощі, недостачу та обмеження свободи, коли вона відчуває себе частиною чогось великого й правильного.

2. Образ ворога

Вороги не просто існують десь далеко. Вони мають наміри зашкодити своїми неправильними цінностями і навіть загрожують «нашому» існуванню.

Ціль- продемонструвати, що противник не лише живе за іншими принципами, а й перешкоджає жити. Він є безпосередньою загрозою, тому потрібно відстояти себе.

3. Демонізація ворога

Зазвичай людей неможливо вбивати – це вважається табу. Однак, ворог, що створений за допомогою КС, настільки жахливий, що насилля є можливим і необхідним відносно нього.

Набагато легше виправдати використання насильства, коли ворог позбавлений людської гідності. Можна боротися зі злочинцями і насильниками, інша справа – боротися з людьми, такими ж як ти, які люблять, тужать і формують сім'ї.

Коли людина приймає КС, її уявлення про світ стає дуже спрощеним. Люди, які вірять у КС, часто розділяють світ на дві категорії: "ми" і "вони". "Ми" вважають себе особливими, розуміючими та прозрілими, які бачать та розуміють те, що інші не можуть. "Вони" вважаються тими, хто контролює світ, хто приховує істину та маніпулює суспільством. Цей погляд може призвести до спрощення та викривлення реальності.

Особлива мова

Як кажуть філософи, мова формує мислення, тобто. використання конкретних термінів та понять впливає на те, як ми ставимося до людей та явищ навколо нас. КС це використовують та винаходять нову мову, в якій неприємності, що трапляються з нами, названі м'яко та обтично (евфемізація), а процеси у стані ворога, навпаки, катастрофізуються.(дисфемізація)

1. Ярлики та стереотипи

КС дає емний емоційний опис, що не вимагає доказів. Вона яскраво позначає певну групу та активує стереотипи про неї у свідомості глядача.

Створити образи, що викликають ненависть. Інструмент дозволяє не наводити аргументи, виключити суперечки, не відповідати на питання, натомість назвати деяких людей «нациками», тобто абсолютним злом.

2. Новомова

На заміну вже існуючим, але не комфортним явищам для глядачів створюється нові з м'якими формулюваннями. Нібито йдеться про щось інше.

Приклади: Замість "вибуху" кажуть "хлопок", замість "зниження" - "негативне зростання", замість "корупції" - "витік".

Замінити неприємні асоціації, назвавши процеси іншими, малознайомими термінами, і таким чином змінити ставлення до того, що відбувається.

Також створити враження, що глядач у питанні не розуміється, а значить, джерелу КС видніше.

3. Хибна альтернатива

Людину ставлять перед вибором між двома альтернативами, одна з яких вкрай небажана, тому вона обирає іншу.

Змусити людину зробити очевидний вибір і цим погодитися з позицією КС, хоча такого вибору взагалі не існує. Так посилення контролю над громадянами можна виправдати захистом від тероризму, навіть якщо посилення контролю не допоможе від нього захиститися.

Змусити людину зробити очевидний вибір і цим погодитися з позицією КС, хоча такого вибору взагалі не існує. Так посилення контролю над громадянами можна виправдати захистом від тероризму, навіть якщо посилення контролю не допоможе від нього захиститися.

До чого наводить особлива мова?

Все стає зрозумілим, і людина заспокоюється. КС пропонує готові рішення, що базуються на емоціях, а не на раціональних висновках. Якщо десь «нацисти» їх потрібно терміново знищити; якщо "хлопок", то нічого страшного не сталося і можна не хвилюватися.

Спотворення інформації

КС — це не завжди правда, як і реклама. Обидва ці жанри маніпулюють інформацією, вміло підмішуючи до правдивих фактів вигадані, наводячи цитати, справжність яких ніхто не перевірятиме.

1. Мікс фактів та думок, правди та брехні

КС змішує відомі та доведені факти із суб'єктивними думками та відвертою брехнею. Змусити людину повірити, що все, що вона почула, - істина. Якщо адресат знає, що якісь факти правдиві, він не сумнівається в правдивості решти.

2. Посилання на авторитети.

Думка чи висновки підкріплюються цитатою чи авторитетним джерелом, часто поза контекстом, інколи ж і зовсім вигаданою.

Довести, що поточний порядок речей існував завжди, і авторитетні люди вже про це говорили.

3. Ілюзія більшості

Пропаганда паразитує на схильності людини приєднуватись до більшості. Якщо всі так думають, це означає:

а) напевно, правильно; б) безпечно.

Як правило, люди не хочуть бути вискочками. Якщо показати людям, що «так усі думають», ніхто не захоче йти проти думки більшості.

Людина, яка зазнала вплив КС, починає вірити в картину реальності, що нав'язується. Вона здається йому чіткою, ясною та обґрунтованою, оскільки він не перевіряє факти, а приймає їх на віру.

Тоталітаризм

Прийоми КС завершуються тоталітаризмом у всьому: як у джерелах інформації, і у політичних рішеннях. Не залишається ні альтернативної думки, ні обговорення правильності тих чи інших рішень. Усі мають згуртуватися навколо одного центру чи зникнути з інформаційного поля. КС прагнуть очистити інформаційне поле від альтернативних ЗМІ, бо інакше її вплив може послабитись.

Запобігти виникненню інакомислення та протестів, створити ілюзію того, що позиція, що транслюється владою, є правильною і єдиною. Людина, яка позбавлена доступу до незалежних ЗМІ, може не дізнатися, що є безліч інших людей, які поділяють її точку зору.

Висновки

Сучасні КС прагнуть заспокоїти нас: «все нормально, все під контролем, все йде за планом, нічого не треба робити, а якщо знадобиться — ми вам скажемо». Вона формують просту чорну-білу картину світу, в якій ми хороші, а вони погані; «Нас кривдять, тому ми змушені захищатися».

Це як відомо, притаманно авторитарним типам управління країною.

Такі прийоми позбавляють людину здатності аналізувати інформацію та самостійно приймати рішення.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПРОПАГАНДИ У КІНО ТА ЗМІ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ ВІЙНИ

2.1. Сутність пропаганди, її особливості в умовах війни

Пропаганда є процесом поширення різних поглядів, таких як політичні, релігійні, філософські, наукові тощо, шляхом використання аргументів, фактів (правдивих або напівправдивих), чуток або навіть відкритої брехні з метою маніпулювання суспільною свідомістю.

Останні події в світі спричинили негативне ставлення людей до самого поняття "пропаганда". Політичні лідери використовували пропагандистські методи для маніпуляції масами, що призвело до появи багатьох небезпечних військових конфліктів.

Проте варто зазначити, що пропаганда є глобальним явищем, яке оточує нас протягом усього життя. По-перше, на самому початку її існування пропаганда не носила суто негативного або позитивного забарвлення. Це був спосіб поширення ідей серед якомога більшої кількості людей, за допомогою простих та ефективних методів .

Так , наприклад , інструмент пропаганди може використовуватися для просування ідеї здорового способу життя або для пропагування ідеології переваги однієї раси над іншими.

Основні форми впливу пропаганди включають наступні методи: страх етикетки, використання слів поваги, залучення відгуків знаменитостей, асоціація з божественністю та залучення до більшості.

- Метод страху етикетки передбачає прикріплення негативної, але зрозумілої мітки до людини або групи, наприклад, нацист, фашист, ліберал тощо. Це змушує людей засуджувати або негативно ставитися до осіб, які позначені такою міткою, зменшуючи їх значущість .

- Використання слів поваги полягає в свідомому додаванні до понять таких слів, як "відомі вчені", "знавці", "наукова", "стійка думка" та інших. Ці вставки намагаються спонукають людей вірити в будь-яке твердження, оскільки воно базується на висновках авторитетних вчених [14, с. 29]

З появою інтернету виділяють чотири принципи роботи пропаганди: активування сильних емоцій, апеляція до страхів, надій та мрій цільової аудиторії, атака на опонента.

Отже, пропагандистська робота включає аналіз аудиторії, розробку плану, вибір "спікера" (пропагандиста) та приховане та систематичне поширення інформації спочатку серед вибраної групи. Поступово ця пропаганда розширюється на всю країну та за його межі. Головне завдання полягає у виділенні конкретної теми, яку багато людей будуть розробляти, і якщо пропаганда триватиме протягом тривалого часу, вона може підготувати суспільство до масштабних маніпуляцій, підвищуючи ймовірність активної підтримки з боку населення.

Щодо України, найбільше маніпуляцій через телебачення та радіо спрямовувалися на старше покоління, яке піддається впливу ведучих. Наприклад, під час подій 2014 року в Донецьку та Луганську більшість

людей з прапорами та георгіївськими стрічками належали до похилого віку. [15, с.56]

Російська пропаганда активно впливає як на іноземні ЗМІ, так і на систему освіти в інших країнах. Важливо, щоб українська влада, ЗМІ та кожен користувач соціальних мереж приділяли увагу таким порушенням і звертали на них увагу. Це має велике значення, оскільки від ставлення світу до України залежить наша роль у міжнародному співтоваристві. Пропаганда намагається стерти нашу ідентичність та розчавити нашу позицію в світі.

Російська пропаганда також спрямована на маніпулювання самим російським населенням. Вона використовує ЗМІ, щоб створити негативне уявлення про українців, європейців, американців та інших "іноземців". Це має на меті легкість мобілізації росіян для розгортання воєн та підтримки агресивної політики Росії.

Одним з методів пропаганди є створення асоціацій з божественністю. Це означає, що ідея або особистість надаються сакрального значення, створюючи образ святості або божественності. Наприклад, фрази "Це наша Богом дана земля, і ми повинні..." або "Бог дав право..." підкреслюють непорушність і недоторканність ідеї або принципу.

Пропаганда також використовує метод "належить до більшості", щоб подати ідею як загальну думку мас. Використання фраз типу "На загальну думку ..." або "На думку більшості респондентів..." », «На думку людей ...». закликає людей не виділятися з натовпу, не висловлювати відмінну думку і підкорятися думці більшості. Це сприяє зміцненню і утвердженню пропагандистських ідей серед населення.[17; с.192]

Сучасна політична ситуація, війна, викликає етичні питання стосовно взаємодії з культурою та кінопродукцією Росії. Для вирішення цих дилем варто врахувати декілька шляхів, які будуть описані нижче.

Очікування закінчення війни може бути одним із підходів, щоб уникнути можливих суперечностей і негативних реакцій. Розгляд російських фільмів можна відкласти до завершення конфлікту. Російським кінематографістам, які не підтримують політику своєї держави і не створювали дегуманізуючі фільми, може бути корисною стратегія відмежування від злочинного режиму. Це може включати виїзд з країни або публічна заява про відмову від сприйняття політики уряду та

співпраці з ним. Діячам кіно, які брали участь у створенні та поширенні дегуманізуючих фільмів, важливо визнати свою вину та покаятися. Це може сприяти зміні свідомості та сприйняття інших країн і народів.

Люстрація та моральне очищення можуть стати варіантом для російського кінематографу. Виявлення осіб, причетних до дегуманізуючих фільмів, визнання їх відповідальності та запобігання подібним випадкам у майбутньому є важливими кроками.

Реалізація цього буде складною і вимагатиме широкого суспільного діалогу та зусиль з боку всіх зацікавлених сторін. Важливо, щоб ці підходи були засновані на принципах прав людини, та культурної розмаїтості.

Аналізуючи хід подій, пов'язаних з пропагандою, в Україні, неодмінно перейдемо від фази моніторингу та аналізу до активної комунікації, оскільки настав час зрозуміти, що протидія пропаганді вимагає ефективної взаємодії.

Згідно з експертною думкою Романа Шутова, необхідно встановити діалог стосовно теми маніпуляції Кремля, повернути суспільству спільне бачення реальності, яку російська пропаганда намагається знищити шляхом поширення міфів та брехні.

Зауважимо, кремлівська пропаганда досі є ефективною, використовує різноманітні методи для досягнення своїх цілей., і ключовою стратегією є вразити слабкі місця сучасних демократичних суспільств..

Російська пропаганда активно використовує популізм, ксенофобію, скептицизм і недовіру до власних урядів як засоби маніпуляції громадською думкою. Це дозволяє Кремлю привертати увагу, навіть розраховувати на підтримку доволі широкого кола населення.

Конспірологічні теорії та псевдоінтерпретації подій стають ефективними інструментами розповсюдження дезінформації та спотворення фактів.

У цьому контексті правда стає жертвою галасливого потоку дезінформації, і саме поняття правди нівелюється.

. Російська пропаганда відтворюється з метою задоволення емоційних потреб населення, спрямованих на розрядку накопиченого роздратування та втоми.

Загалом, російська пропаганда активно використовує психологічні стратегії для впливу на сучасні демократичні системи. Зростання популярності таких методів підкреслює потребу у зміцненні захисту від

дезінформації та впливу з боку Кремля, щоб забезпечити стабільність та довіру до демократичних інституцій.[20, с. 7]

Сьогодні особливо важливим є не спростування окремих фейків, а дослідження наративів.

2.2. Технології впливу пропаганди на громадську думку: кіно та ЗМІ

Теоретичний внесок у вивчення пропагандистських впливів зробили такі науковці: Наталія Бутенко, Андрій Гриценко, Анна Литвиненко, Андрій Манойло, Андрій Прасюк та Юрій Рубан. Андрій Манойло підкреслює: "Друга половина ХХ століття була періодом, коли відбувалося безліч психологічних операцій з маніпулювання свідомістю людей, як під час збройних конфліктів, так і під час політичних виборів".

Зокрема, заслуговують на увагу дослідження, що стосуються позитивного аспекту пропаганди, яка сприяє поширенню таких цінних установок, як здоровий спосіб життя, національні ідеї, патріотизм та інше. Загалом, пропаганда розуміється як процес поширення суспільно-політичних, наукових і інших знань з метою їх впливу на суспільну свідомість; тобто, є різновидом ідеологічно спрямованої діяльності. Розглядаючи вузьке визначення більш детально, можна стверджувати, що пропаганда - це форма комунікації, спрямована на поширення фактів, аргументів, чуток та іншої інформації з метою впливу на громадську думку на користь певної справи або позиції [21, с. 29].

Пропаганда, як правило, характеризується повторенням і поширенням через різні засоби масової інформації з метою формування бажаного суспільного уявлення. Пропагандист намагається змінити спосіб, яким люди сприймають проблеми або ситуації, щоб вплинути на їхні дії та очікування відповідно до інтересів певних груп. У цьому сенсі пропаганда є продовженням цензури, оскільки вона досягає тих самих цілей, не заповнюючи розум людей відредагованою інформацією, але при цьому утримуючи їх від зустрічі з протилежними поглядами. Пропаганда відрізняється від інших форм переконання тим, що спроби пропагандиста змінити розуміння людей частіше є обманом, ніж переконанням і розумінням.

Лідери конкретних організацій, які керують процесом пропаганди, знають, що інформація може бути однобічною або неправдивою, але це може бути

невідомо звичайним членам цієї структури, які допомагають поширювати пропаганду.

Пропаганда має різні цілі і може використовуватись у політичних, соціальних, культурних і комерційних контекстах. Вона може бути спрямована на формування позитивного чи негативного ставлення до певних ідей, поглядів, товарів, послуг або осіб. Часто пропаганда має політичну спрямованість і використовується для підтримки чи дискредитації політичних партій, кандидатів, режимів або ідеологій. Пропаганда зазвичай використовує різноманітні методи і техніки для досягнення своїх цілей. Це можуть бути повторення певних ідей або слоганів, використання емоційного впливу, маніпуляція фактами, створення психологічного тиску, дезінформація, зворотна психологія тощо. Пропагандисти часто намагаються використати сильні сторони людської психології, такі як потреба в безпеці, соціальна приналежність, прагнення до успіху або бажання мати контроль над власним життям. Важливим аспектом пропаганди є вибір і використання різних засобів масової інформації, таких як телебачення, радіо, газети, журнали, соціальні медіа тощо. Ці засоби дозволяють пропагандистам досягти широкої аудиторії і вплинути на громадську думку. Крім того, пропаганда може використовувати інші канали комунікації, такі як публічні виступи, політичні мітинги, рекламні кампанії, книги, фільми, мистецтво тощо. Чорна пропаганда - це категорія пропаганди, яка характеризується використанням підступних та маніпулятивних методів для поширення дезінформації та спотворення фактів. Одна з основних особливостей чорної пропаганди полягає в тому, що вона намагається замаскувати свої справжні джерела, створюючи враження, що інформація походить з надійного або авторитетного джерела. Це може бути досягнуто шляхом поширення дезінформації через інформаційні ресурси, які не асоціюються зі злочинними чи ворожими організаціями. Наприклад, пропагандисти можуть створити фейкові новини або блоги, які виглядають як незалежні джерела інформації, але насправді вони контролюються або фінансуються ворожими силами. Це дає можливість розповсюджувати недостовірну інформацію та впливати на думку та переконання людей. Сіра пропаганда, у свою чергу, відрізняється від чорної пропаганди тим, що не надає жодної вказівки на джерело чи автора інформації. Це може включати анонімні публікації, випуск матеріалів без відомо про їхній джерело, використання масових коментарів або соціальних медіа для

поширення певних ідей без чіткого вказання авторства. Сіра пропаганда використовується для створення невизначеності та збентеження серед отримувачів інформації. Вона може змусити людей питати себе, хто стоїть за певними повідомленнями або ідеями, і сприяти загальній невпевненості в інформації, що поширюється.

Негативна пропаганда, як правило, преслідує мету вплинути на думку та переконання людей шляхом нав'язування певних ідей, зміни світогляду та сприйняття. Вона часто використовується для розпалювання соціальної ворожнечі, підтримки конфліктів, зміни громадської думки на користь певних груп або інтересів.

Метою позитивної пропаганди є сприяння зміцненню суспільної злагоди, підтримка загальнолюдських цінностей та позитивних ідей. Вона прагне просвітити та інформувати суспільство, допомагаючи розповсюдженню конструктивної інформації. У відмінність від негативної пропаганди, позитивна пропаганда не має маніпулятивних цілей і не використовується для обману або спеціальних інформаційних операцій.

Основна мета негативної пропаганди полягає в створенні ілюзорної та альтернативної реальності зі "штучною" системою цінностей, переконань та поглядів. Її використовують з метою маніпулювання масами, які часто проявляють низький рівень критичного мислення та легко піддаються впливу, на користь обмеженої групи людей. Різні види пропаганди відрізняються ступенем правдивості та точності інформації, яку вони використовують. Наприклад, протидія білій пропаганді може бути досягнута шляхом дискредитації джерела пропаганди. Протистояння сірій пропаганді, якщо вона з'являється (часто з внутрішніх джерел), може викликати певний рівень громадського протесту. Протистояння чорній пропаганді часто залишається непомітним та небезпечним, оскільки розкриття джерел та тактик чорної пропаганди може підірвати всю її кампанію або спровокувати опозицію з боку пропагандистів. [22; с.216]

Усе це підкреслює важливість критичного мислення і критичного оцінювання інформації, яку ми сприймаємо. Віртуальна пропаганда може використовувати різні маніпулятивні та маніпуляційні техніки, щоб впливати на нашу свідомість. Це вимагає уваги до джерел інформації, перевірки фактів і аналізу контексту. Здатність розрізняти між правдою і фейковими новинами стає надзвичайно важливою у цьому світі, насиченому пропагандою та маніпуляціями. [27, с. 63]

РОЗДІЛ 3.

МОВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДИСКРЕДИТАЦІЇ УКРАЇНЦІВ В КІНО ТА

ЗМІЗ.1 Комплекс меншовартості

Комплекс меншовартості - це стан психічної дезадаптації, який характеризується переконанням людини у своїй неповноцінності, недостатності, нездатності досягати успіху в житті, гіршості в порівнянні з іншими людьми. Людина з комплексом меншовартості може відчувати себе неспроможною та незначною в порівнянні з іншими людьми,

знижувати свою самооцінку, вважати себе несправедливо оціненою, зазнавати страху перед критикою та засудженням інших людей.

Комплекс меншовартості може виникати з різних причин, таких як негативний досвід дитинства, критика або образа соціального середовища, відчуття відсутності підтримки та розуміння. Цей стан може впливати на різні аспекти життя людини, включаючи професійну діяльність, стосунки з іншими людьми, самопочуття та здоров'я загалом.

Щоб подолати комплекс меншовартості, можна використовувати різні методи, такі як позитивне мислення, самопізнання, розвиток особистості, підвищення самооцінки та самовпевненості. Важливо звернути увагу на свої успіхи та досягнення, звертати увагу на позитивні риси своєї особистості та приймати себе таким, який є насправді. Також можна звернутися до професійної психологічної допомоги для отримання індивідуальної підтримки та порад.

Окрім того, для подолання комплексу меншовартості можна використовувати такі методи, як:

Рефреймінг - переосмислення негативних думок та переконань про себе в позитивний спосіб. Наприклад, замість думки "Я ніколи не зможу цього досягти", можна сформулювати "Я ще не досяг цього, але зроблю все можливе, щоб це сталося".

Відчуття внутрішньої гармонії та спокою можна досягти через медитацію, його ефективність доведена численними науковими дослідженнями.

Розвиток навичок соціальної взаємодії, наприклад, володіння навичками ефективного спілкування, вміння вислуховувати інших, будувати позитивні стосунки з оточуючими.

Планування та досягнення маленьких цілей, що поступово збільшуються - це допоможе відчувати себе успішним та збільшити самооцінку.

Підтримка від рідних, близьких та друзів - звернення за підтримкою та розумінням до людей, які знаходяться поруч, може допомогти в подоланні комплексу меншовартості.

Нарешті, важливо зрозуміти, що подолання комплексу меншовартості - це процес, який потребує часу та зусиль. Для досягнення позитивних результатів важливо бути терплячим та вірити у свої сили.

Комплекс меншовартості може виявлятися у людей різних культур та національностей, в тому числі і серед українців.

Однією з причин такого комплексу може бути історична та політична ситуація в Україні. Наприклад, після багатовікової прив'язки до інших держав та незалежність України лише з 1991 року, український народ може відчувати меншу впевненість у своїй культурі та ідентичності.[6]

Також, комплекс меншовартості може виникати через низьку самооцінку, недостатнє визнання власних здібностей та досягнень, а також через порівняння себе з іншими людьми та відчуття нестачі в різних аспектах життя.

Російське кіно та ЗМІ можуть викликати комплекс меншовартості у українців через різні причини.

По-перше, у російських кінофільмах та телепередачах, які можуть дивитися українці, часто зображують українців як селян, національно несвідомих та забіднених. Це може призводити до відчуття меншої цінності українцями та порівняння себе з іншими культурами.

По-друге, в російських ЗМІ можуть поширюватися негативні стереотипи про Україну та її народ, що може викликати почуття меншої важливості та гідності серед українців.

По-третє, після окупації Росією Криму та воєнного конфлікту на Донбасі, російське кіно та ЗМІ можуть використовувати ці події для пропаганди своїх поглядів, створюючи образ України як ворога та агресора. Це може призводити до почуття вини та меншовартості серед українців, які можуть почувати себе відповідальними за ситуацію, яка склалася.

У зв'язку з цим, важливо відділяти пропагандистську риторику від об'єктивної інформації та використовувати критичне мислення при сприйнятті російських ЗМІ та кінофільмів. Також можна рекомендувати українські та інші кінофільми та ЗМІ, які сприяють формуванню позитивного образу України та українців.

По-четверте, російське кіно та ЗМІ можуть поширювати ідеї про те, що Росія є кращою, більш просунутою країною, ніж Україна. Це може створювати відчуття, що українці не можуть досягти того ж рівня розвитку, який є в Росії, що може спричиняти комплекс меншовартості.

По-п'яте, у російських ЗМІ можуть поширюватися фейки та зміщена інформація про події в Україні, що може викликати в українців почуття невпевненості та несправедливості.

По-шосте, у російському кіно можуть зображатися українські герої або події з української історії в негативному світлі, що може викликати українцям почуття стиду та відчуження від своєї історії та культури.

Усі ці фактори можуть впливати на формування комплексу меншовартості українцями, тому важливо бути обережним та критичним при сприйнятті інформації з російських джерел та давати перевагу українським кінофільмам та ЗМІ, які позитивно відображають Україну та українську культуру. Також важливо працювати над формуванням впевненості та гідності українців як нації, що має свою власну історію, культуру та цінності.[34]

Російські серіали є одним із найпоширеніших видів медіаконтенту, який дивляться мільйони людей по всьому світу, в тому числі і в Україні. Однак, деякі з цих серіалів можуть містити елементи пропаганди та сприяти формуванню у глядачів комплексу меншовартості.

Зокрема, деякі російські серіали можуть містити стереотипні зображення українців, зміцнювати уявлення про Україну як країну з національними та політичними конфліктами, а також пропагувати ідеї, які є несприйнятними для більшості українців. Наприклад, серіали можуть пропагувати ідеї російської світової домінанти, представляти українських героїв відставними та непродуктивними.

Також, у деяких російських серіалах можна помітити дискримінацію за національними ознаками, зокрема стосовно українців. Наприклад, у

деяких серіалах можна побачити зображення українців як неосвічених та грубих людей з недостатнім вмінням спілкуватися російською мовою.

Все це може сприяти формуванню у глядачів комплексу меншовартості, а також впливати на їхнє ставлення до України та українців. Зокрема, українці можуть почуватися менш цінними та менш важливими в контексті російської культури та політики, що може спричиняти негативні емоції та призвести до розпалювання національних конфліктів.

Отже, важливо бути критичним до медійних продуктів, зокрема російських серіалів, інтерпретувати їх з урахуванням можливої наявності пропагандистських елементів та стереотипів. Необхідно усвідомлювати, що медійні продукти мають потужний вплив на формування свідомості та ставлення людей до різних націй, культур та груп.

Згідно з дослідженнями, споживачі серіалів часто ідентифікуються з героями та реалізують їхні значущість у своєму житті, що може створити необхідність у розумінні та критичному осмисленні того, що дивляться.

3. Репрезентація українців, української культури в російських фільмах з негативної сторони

Українці та українська культура можуть бути репрезентовані в російських фільмах з різних перспектив, але завжди найяскравіша є негативна сторона. Проте важливо розрізняти між репрезентацією окремих персонажів або ситуацій, і загальною репрезентацією всього українського народу чи культури.

В аналізованих російських фільмах можуть зустрічатися стереотипи та упередження щодо українців. Наприклад, українці можуть бути зображені як простуваті люди, переважно вихідці з села, з вузьким кругозором, або як злодії, шахраї або нахабні персонажі. Такі уявлення можуть мати коріння в історичних або політичних конфліктах між Україною та Росією, або в міжетнічних стереотипах, що поширюються в суспільстві.

Проте важливо пам'ятати, що репрезентація українців у російських фільмах не є єдиною і повною правдою про український народ та культуру. Це лише один погляд або інтерпретація, яка може бути спотвореною або упередженою. Українці, як будь-який інший народ, мають свою багату історію, культуру, традиції та досягнення у різних сферах.[14]

Українці активно внесли свій вклад у світову культуру, науку, спорт, літературу, музику та багато інших галузей. Варто шукати інформацію про українську культуру та історію в надійних джерелах, а також дивитися фільми, які пропонують більш об'єктивну подачу інформації про українців.

Україна має багату літературну традицію, зокрема великих письменників, як от Тарас Шевченко, Іван Франко, Леся Українка, Микола Гоголь та багато інших. Українська музика відома своїми народними мелодіями, а також сучасними виконавцями та гуртами, які здобули популярність як у межах України, так і за її межами.

Україна також має розкішну культурну спадщину, яку можна побачити у її архітектурі, мистецтві, народних ремеслах та традиційних святах. Українська кухня відома своєю смачною їжею, яка включає в себе борщ, вареники, голубці та багато інших страв.

Під час перегляду російських фільмів, варто бути критичним до представлення українців та української культури. Україна має багатий культурний спадок і цікаву історію, яка заслуговує на повагу та адекватну репрезентацію в кіно та інших медіа.

На жаль, історично у кіно та інших медіа часто можна зустріти негативне ставлення до певних національностей, включаючи й образливі етноніми, карикатурний вигляд та стереотипи. Це може стосуватися різних народів, включаючи українців.

Проте важливо розуміти, що такі зображення не відображають справжній характер всього народу. Негативні стереотипи та образливі етноніми

несправедливо групують усіх представників певної національності і ведуть до зневажливого ставлення.

Культурна та етнічна різноманітність є багатством суспільства, і варто працювати над усуненням негативних стереотипів та пропаганди толерантного ставлення до усіх національностей. Розвиток свідомого та освіченого суспільства передбачає розуміння, що наші дії та висловлювання можуть впливати на інших людей та повинні бути побудовані на повазі та рівності.

Стереотип « Росіяни - " великий могутній народ",»

Так, стереотип про росіян як "великий могутній народ" дійсно існує і є широко поширеним. Цей стереотип виник у зв'язку з історичними, культурними та геополітичними факторами, пов'язаними з впливом Російської імперії та Союзу Радянських Соціалістичних Республік.

Проте важливо розуміти, що стереотипи - це спрощені уявлення, які не враховують індивідуальність та різноманітність росіян як народу. В кожному народі є різні люди з різними характерами, здібностями та думками. Використання стереотипів може призвести до загальних узагальнень та нерозуміння.

Тому варто мати на увазі, що кожна людина є унікальною, а стереотипи не повинні бути єдиним способом сприйняття будь-якого народу. Термін "великий могутній народ" є не тільки стереотипом, але і міфом, пов'язаним з ідеологічним підходом до представлення росіян. Міфи є надійними, але хибними ідеями або перекрученими уявленнями, які можуть виникати в суспільстві.

У випадку з міфом про "великий могутній народ" існує прагнення створити уявлення про росіян як особливо сильний і впливовий народ. Цей міф використаний для підкреслення самооцінки, національного патріотизму або створення почуття єдності серед росіян.

Проте варто розуміти, що міфи не є об'єктивною правдою і можуть маскувати складність та розмаїття дійсності. Кожен народ має свої досягнення, але також і свої проблеми, недоліки та нав'язані думки.

Цей, так скажемо міф або стереотип, напряду впливає на формування думки про Україну і українців.

Контекстом цього слогану є нав'язлива та ворожа думка.

Нав'язана думка проти України є поглядом, який активно пропагується або поширюється з метою створення негативного уявлення про Україну або українців. Цей тип пропаганди може використовуватися з політичними, соціальними або історичними цілями..

Нав'язана думка проти України може базуватися на стереотипах, зловживати негативними аспектами або перекручувати факти. Вона може сприяти зміні уявлення людей про Україну та створенню ворожнечі або ворожого ставлення.

Важливо мати на увазі, що нав'язана думка не відображає об'єктивну реальність або різноманітність українців і української культури. Україна - це країна з багатою історією, культурою та досягненнями. Як і в будь-якій іншій країні, українці мають різні думки, погляди та індивідуальні характеристики.

Розбірливий підхід та критичне мислення є важливими для формування справедливого і багатогранного уявлення про Україну та інші країни.

Знецінення української культури та дискредитації України як повноцінної держави може бути спричинено нав'язуванням проросійської ідентичності, нівелюванням історії та маніпулятивним втручанням українською мовою. Також я хочу згадати глумливу русифікацію, перекручення слів, висміювання та імпліцитну агресію у мові, а також активізацію новомови.

Ці занепокоєння є важливими, оскільки мова та культура є важливими складовими національного самовизначення та гідності. Збереження та розвиток української мови та культури є необхідними для зміцнення національного ідентитету та збереження культурного багатства України.

Уникнення маніпулятивного втручання через евфемізми та інші мовні засоби може сприяти збереженню чистоти мови та точного вираження думок. Важливо розрізнити маніпулятивну мову від вільної дискусії та розмаїття мовних виразів.

Глумлива русифікація та перекручення слів можуть спричинити спотворення значень та втрату оригінального виразу. Збереження мовних традицій та правильне використання слів є важливими для збереження історичної та культурної спадщини.

Висміювання та імпліцитна агресія у мові можуть завдати шкоди гідності та національному самоусвідомленню. Важливо протистояти таким проявам, пропагуючи взаємоповагу та толерантність .

3.3 Феномен малоросійства

Феномен малоросійства є складним та багатогранним явищем, пов'язаним з українською історією, культурою та політичним контекстом. Його аналіз вимагає урахування різних аспектів.

На початку свого існування термін "малоросійство" використовувався для позначення українців як окремої етнічної групи, відокремленої від росіян. Це було зумовлено історичними та політичними факторами, а також складними відносинами між українським та російським народами. У той час, коли термін був ширше поширений, українці були піддані населенням в складі Російської імперії або СРСР.

Проте, з часом та зміною політичного контексту український націоналізм почав формуватися, і українці почали активніше розпізнавати свою національну ідентичність. Термін "малоросійство" став спричиняти конфлікти та сприймався як дискримінаційний, оскільки українці прагнули визнання своєї унікальності та відмінності від росіян.

Сьогодні Українці визнають себе окремою етнічною групою зі своєю власною мовою, культурою та історією. Їхня національна ідентичність базується на підтримці української мови, культури, традицій та цінностей.

У сучасних науковій розвідках малоросійство інтерпретується як руйнація (знецінення) ідентичностей як комплекс провінційності, що виявляється у байдужому ставленні до таких цінностей, як гідність, свобода., сприйнятті « свого » як неprestижного.

Отже, феномен малоросійства можна розглядати як процес еволюції українського національного самоусвідомлення. Цей процес включає поступове відкидання старих стереотипів, пов'язаних з терміном "малоросійство", і зміцнення української національної ідентичності.

Україна як держава незалежна відповідно до своїх конституційних принципів прагне зберегти та розвивати свою національну культуру та спадщину. Це включає підтримку української мови, просування української літератури, мистецтва та музики, а також підтримку національних традицій та обрядів. Важливим аспектом цього процесу є також історична самосвідомість українців. Вивчення та визнання власної історії, подвигів та трагедій, сприяє формуванню сильної національної ідентичності. З цією метою проводяться різні освітні ініціативи, музейні проекти та дослідження.

Феномен малоросійства, хоча він має свої коріння в минулому, став викликом для українського національного самовизначення та самовизнання. Зараз українці активно будують свою національну ідентичність на основі відмінностей від інших культур та народів, засновану на своїй унікальній мові, культурі та історії.[52]

3.4 МОВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗНЕЦІНЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ ТЕКСТАХ АГРЕСОРА

Приклади з кіно.

В цьому розділі будуть проаналізовані мовні технології знецінення української ідентичності в російських фільмах.

Пропаганда в кіно — це використання фільмів та кінопродукції для поширення певних ідей. Російська кінематографія має довгу історію, і в ній є різноманітні жанри та стилі. Як і в кіно інших країн, деякі фільми можуть відображати політичні погляди або підкріплювати національну гордість.

В останні роки в Росії були створені різноманітні фільми, які представляють різні теми та історії. Деякі з них були спрямовані на розповідь про значущі історичні події або на висвітлення російської культури та традицій. Інші фільми можуть бути фантастичними або драматичними творами, які не мають явної політичної або пропагандистської спрямованості. Але очевидним є те, серед перелічених вище тем так чи інакше є фільми, які пов'язані з Україною, з

виставленням українців як ворогів, нацистів чи зрадників. Водночас з цим, росіяни всіляко намагались показати велич та могутність російською армії і взагалі хто це такий «русский человек».

Вважаємо доцільним охарактеризувати поняття « комплекс меншовартості », що є значущим для цілих поколінь українців.

Комплекс меншовартості є складним соціально-психологічним явищем, яке може мати різні причини.

Безумовно, було б спрощенням вважати, що формування цього комплексу пов'язане виключно з російськими фільмами.

Комплекс меншовартості може бути результатом багатьох факторів, таких як історичні події, політична ситуація, економічний стан країни, соціальна нерівність, культурні впливи тощо.

Вважаємо, фільми, включаючи російські, можуть впливати на свідомість та формувати стереотипи глядачів, але вони не можуть одночасно зформувати комплекс меншовартості у цілого народу. На наш погляд, комплекс меншовартості має більш глибокі корені і складну природу. Як зазначалося вище, для росіян пропаганда була основним проектом останніх десятиліть. Вкладалися величезні гроші, зусилля, реалізовувалися масштабні проекти для завоювання нашої свідомості .

Вважаємо важливим проводити дослідження, аналізувати соціально-економічний контекст, історичні фактори та інші аспекти, щоб краще розуміти походження комплексу меншовартості в нашому суспільстві.

При цьому варто пам'ятати, що кожна людина має власну індивідуальну свідомість і реагує на вплив різних факторів по-різному.

Росія витратила багато років на підготовку своїх громадян до можливої війни з Україною. Вона не обмежувалася лише телевізійними передачами, а використовувала всі доступні засоби комунікації для спілкування з народом. Безумовно, одним з найпотужніших інструментів пропаганди, яким вона користувалася, - це кінематограф. При детальному розгляді фільмів можна знайти докази систематичної дискредитації українців, поширення ворожого ставлення до них, що почалося задовго до анексії Криму.[14]

В радянські часи, українець був веселий та життєрадісним персонажем, але були нюанси. Він був достатньо колоритним, запам'ятовувався але, зазвичай, не був головним героєм. Так, наприклад, у фільмі «В бой идут одні „старіки“» український радянський військовий художній фільм

режисера Леоніда Бикова, українець представлений як старшина, розумний та шляхетний, армійський старшина або представник народу, то після розпаду союзу типовий образ українця –зрадник

Проаналізуємо .

3.5 Аналіз матеріалу кінофільмів

Перший приклад за хронологічною послідовністю виступає фільм "Брат 2" - російська кримінальна драма режисера Олексія Балабанова.

Це , як відомо, сиквел одного з найкультовіших продуктів російського кінематографа та здобув свого часу популярність і в Україні.

У центрі подій цього фільму виступає молодий хлопчина, який живе з певними життєвими принципами. Перший фільм дилогії взагалі ніяк не пов'язаний з Україною, там у першу чергу фокусується увага на особливостях характеру « русского человека». Що особливо помітно у обох частинах, це те, що росіяни зневажливо ставляться до інших національностей.

Що саме стосується українців у цьому фільмі, а те що всім заважає так звана українська мафія, в результаті чого, російська мафія її знищує.

Далі послідовно просувається наратив про « Кримнаш», мовляв, якщо родина його прогавила, то треба його повертати.

На кінець, хочу виділити декілька важливих наративів, які поширюються в аналізованому фільмі. .

Перше це те, що росіянам багато на що все одно, що неодноразово було наголошено у фільмі. Немає різниці, американська музика то грає чи європейська, румин то чи болгарин, і взагалі їм немає різниці до чиєїсь думки чи почуттів. Бо це є чужим, а не своїм.

Друге це те, слоган, що («русские своих не бросают»).

Та третє, це міф про «честь русского офицера» .

Але насправді, їм є різниця. К оли хтось хоче зробити по- іншому, то вони кажуть :»А какая разница!»Але роблять так, як зручно та вигідно саме їм.

Далі, фраза :» Русские своих не бросают! використувувалась лише як привід захоплювати нові території та принижувати цілі народи, тому всюди, де говорять російською («это наше»), тому («мы своих не бросаем»).

Та останнє, (русский офицер), це остання людина, якій можна вірити і доказ тому є повномасштабне вторгнення росії та всі страшні злочини ,які вони скоїли.

Зображення України як "ворога". У фільмі "Брат" українські громадяни зображаються як злочинці, що допомагають головному антагоністові здійснювати свої злочинні плани. Таке зображення України може формувати у глядачів негативні стереотипи та переконання про ворожнечу з цієї країни.

Поширення культури насильства. У фільмі "Брат" зображено багато насильства, яке може відображати певні цінності в російському суспільстві. Фільм може викликати у глядачів відчуття, що тільки насильство є ефективним засобом вирішення конфліктів та проблем.

Героїзація проблемних героїв. У фільмі "Брат" головний герой, який є злочинцем, зображується як герой, який бореться зі злом. На мою думку, це може викликати в глядачів співчуття та підтримку злочинців, що може впливати на їх моральні цінності.

Перекручення історії. У фільмі "Брат" зображено події, що сталися в Росії в 1990-х роках, проте їх зображено з певним перекрученням та змінами. Це може створювати спотворене уявлення про історію та події, що відбулися.

Зображення Росії як "рятувальника".

У фільмі "Брат" зображено Росію як країну, яка може допомогти у вирішенні проблем злочинності, що відбувається в інших країнах. На наш погляд, таке зображення може викликати у глядачів певні шовіністичні настрої та підтримку імперських амбіцій російської влади. У цілому, фільм "Брат" можна розглядати як приклад пропаганди, оскільки він містить елементи, які можуть впливати на погляди та переконання глядачів. Фільм може поширювати негативне ставлення до України та перекручувати історію, що може мати вплив на міжнародні відносини. Тому важливо критично аналізувати такі кіно продукти та усвідомлювати можливий їх вплив на суспільство.

“9 рота” - художній фільм 2005 Федора Бондарчука.

Цей фільм є тотальним втіленням пропаганди, яка роками стверджувала міць та потугу російської армії, і те як це престижно служити в ній. На цих прикладах виросло ціле покоління, яке зараз вбиває українців.

У фільмі зібрано багато різних національностей, роль українця там теж є, і це герой з позивним «Хохол», його зіграв сам режисер Федір Бондарчук. Співаний цей герой з реального українського військового, Миколи

Семеняки, який пройшов Афган, а згодом брав активну участь на Майдані, з 2015-2016 воював в АТО. Російські пропагандисти це заперечують, досі доводять, що образ був взятий з якогось російського військового.

«Тарас Бульба» — художній фільм, екранізація однойменної повісті (у редакції 1842 р.) Миколи Васильовича Гоголя, знятий Володимиром Бортком у 2008 році.

Прикметно, цей фільм є продуктом російської кіноіндустрії, випущений на початку епохи путінізму, коли Росія активно почала втручатися в справи України.

У цьому контексті фільм може розглядатися як потужний засіб впливу на громадську думку України та формування певних стереотипів про національну ідентичність українців та їх ставлення до Росії.

Кіно, в якому українську історію інтерпретують росіяни.

Козацтво – унікальний соціальний, культурний феномен, особливо значущий для української ідентичності.

.Фільм, в якому всі козаки говорять російською, та в якому головну роль грає Богдан Ступка.

І починає він свою гру з такої репліки :»Так любить, как русская душа, любить не то, чтобы умом, а всем, чем дал бог, так любить, никто не может!»

Щодо українського актора у цій ролі Дотепер виникають питання, як актор такого масштабу, як Ступка міг погодитися на цей сценарій. Інформація є така, що спочатку було затверджено один сценарій, але згодом його змінили і Богдан Ступка навіть хотів відмовитись, але йому не дозволив контракт.

Отож простежимо, яким чином українські козаки « стали рускими». Показовими є постійні повтори численних реплік героїв, на кшталт:-
-Когда завелось козачество, широкая разгульная замашка русской природы;

-Пусть славится русская земля!

-Ликуй во веки вечные русская земля!

-Во веки цветет русская земля!

-Так пусть же стоит во вечные времена русская земля!

І такими цитатами фільм переповнений.

У фільмі є навіть сцена з картини Рєпіна, («Як козаки пишуть листа до турецького султана»).

Фільм "Тарас Бульба" (2009), який заснований на однойменному творі Миколи Гоголя, також містить елементи пропаганди, які можуть впливати на глядачів. Далі розглянемо деякі з них:

Націоналістичні настрої. У фільмі зображено Україну як країну, яка потребує захисту від ворогів. Українські герої виступають як захисники національної ідеї та землі, що може залучати до себе людей з націоналістичними переконаннями.

Міф про "ворога". Фільм може викликати стереотипні уявлення про ворогів, зображення яких суттєво спрощені та викликають негативні емоції. В цьому випадку - польська влада, яка є противником українських героїв.

Релігійні мотиви. У фільмі використовуються релігійні символи, що може впливати на віруючих глядачів. Українські герої зображені як православні християни, що відстоюють свою віру та культуру проти католицької польської влади.

Зображення Росії як дружньої країни. У фільмі зображено російського царя Івана Грозного як союзника українських героїв в боротьбі проти польської влади. Таке зображення сприяє розповсюдженню російської пропаганди.

У цілому, фільм "Тарас Бульба" можна розглядати як приклад пропаганди, оскільки він містить елементи, які можуть впливати на погляди глядачів і викликати у них певні емоції та уявлення про історію та політику. Однак, слід зазначити, що фільм є лише однією інтерпретацією Миколи Гоголя, тому деякі елементи пропаганди можуть бути сприйняті різними глядачами по-різному.

Зокрема, критики зазначають, що фільм зображує польську владу та національність як ворогів українського народу, а українських героїв - як майже бездоганних. Така однобічна інтерпретація історії може викликати в українців негативні реакції.

Також слід зазначити, що фільм "Тарас Бульба" є продуктом російської кіноіндустрії та був випущений у 2009 році, на початку епохи путінізму коли Росія активно почала втручатися в справи України. У цьому

контексті фільм може розглядатися як засіб впливу на громадську думку України та формування певних стереотипів про національну ідентичність українців .

У будь-якому разі, аналіз пропаганди в російському кіно демонструє необхідність критичного мислення при сприйнятті медійних продуктів. Необхідно усвідомлювати, що кожен фільм містить певну інтерпретацію подій, історії та політики, і піддаючись його впливу, можна ускладнити свої відносини з іншими народами та змінити свої погляди.

«Ми з майбутнього 2» фільм 2010 р.

Це російській військово- фантастичний фільм, який розповідає про подорожі в часі двох росіян та двох українців. Переносяться вони у часи другої світової війни у момент котла під Бродами.,

Вважаємо справедливим судження , що цу один з найбільш українофобних фільмів. Його було заборонено ще у 2010 році.

Саме в цьому фільмі є цілий штаб українців, які є фашистами і які люто ненавидять росіян.

Цікавим фактом є те, що до 2014 року між нами, українцями, і росіянами, ніби панувала дружба, вони називали нас "братніми народами" і говорили про хороші стосунки. Проте, у російському кінематографі ситуація була зовсім іншою, і, як ми бачимо зараз, це не було безпідставно.

Привласнення нашої, української історії -, це одне з найулюбленіших занять росіян.

Однією з їх навичок є вміння присвоювати собі те, що їм не належить . Усі ці фільми вправно перекручують історію на користь російської сторони. Якщо дивитись їх, мало знаючи про події, то уява створює саме ті образи, які були потрібні російській владі для легітимізації вторгнення в Україну.

Стереотип про могутність росіян.

Ця тема не безпосередньо стосується України, але її неможливо ігнорувати. Майже в кожному фільмі, особливо у тих, що адресовані дітям, демонструється сила, мужність і героїзм росіян як воїнів. Фрази типу "Росіяни не кидають своїх", "Російський офіцер дотримує слова" і

"Широка душа російського народу" постійно повторюються у сценаріях, як щось самоочевидне. І хоча ми сьогодні розуміємо, що все це була брехня, ці фільми виростили національну свідомість, яка вважала себе найсильнішою на землі, ворожою до України і думала, що все це належить їм з народження.

Якщо аналізувати російські фільми з розумінням цього, стає очевидним, що напад Росії на Україну був лише питанням часу.

Є й ще один аспект цієї історії: виявилось, що росіяни не мали належного уявлення про українців, систему їх цінностей. Вони вірили в міфічних слабаків, яких завжди перевищували у своєму кіно, але зіткнулися з героїчним опором вільних людей.

“

РОЗДІЛ 4. МОВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРЕДСТАВЛЕННЯ УКРАЇНЦІВ У РОСІЙСЬКИХ ТЕЛЕСЕРІАЛАХ

4.1 Вплив російських телесеріалів на український інфопростір

Вважаємо доцільним навести приклади з російських серіалів, які на відміну від фільмів, мали набагато масштабніший пропагандистський вплив на українське суспільство, так як щоденно вертаючись додому з роботи, школи або університету всі сідали за перегляди, колись всіма улюбленими, серіалів.

На мою думку, саме ця зброя масового ураження найбільше вплинула на нашу свідомість. Роки 2000, це роки без тотального інтернету смартфонів та тим паче соціальних мереж. Це час, коли найцікавіший контент знаходиться лише у телебаченні.

Телебачення мало колосальний вплив на людей, тому хто володів ним, той володів і суспільством. Саме на це розраховували українські олігархи, які колись скуповували всі українські телеканали. Так, наприклад, в кінці 90-х власниками найбільш потужних (рейтингових) каналів стали Фірташ («Інтер»), Коломойський(1+1), Пінчук (ICTV, Новий, СТБ), Ахметов (Україна).

Так як мало хто серед виробників та власників усвідомлював важливість мови на телеканалах, російські серіали просто окупували все українське телебачення.

Мільйони українських дітей та підлітків виростили на тому, що вертаючись додому вони включають телевізор і дивляться, наприклад, всім відомий серіал «Наша Russia» — сатирично-гумористична телепередача

виробництва «Comedy Club Production», що з'явилася на телеканалі «ТНТ» у листопаді 2006. Серед цих людей з'являються фанати цього серіалу, які активно його цитують і несуть далі у суспільство. В результаті ми отримуємо населення, масово занурене у російський контент. Більше того, для значної його частини цей інфо простір стає єдиним, бо люди спілкуються російською, дивляться російські серіали, слухають російських виконавців, Вони, в свою чергу, з'являються в улюблених серіалах, де всі і спілкуються рідною їм мовою. Таким чином, велика частина з нас, можна казати, була ментально окупована росіянами ще задовго до повномасштабного вторгнення.

Загалом існування цього контенту було можливо, але за умов дотримання як мінімум наступних трьох пунктів

1. В країні паралельно активно існує український інфопростір, якого не менше за кількістю іншомовного
2. Країна-постачальник продукту не має жодних планів на окупацію твоєї країни
3. В іншомовному контенті не зашито приниження твоєї країни і цей контент не сприяє розвитку у тебе комплексу меншовартості.

Можемо констатувати, що в Україні не було свого конкурентоспроможного продукту рідною мовою. Україна мала чудові шоу такі, як «Шанс», «Підйом», «Караоке на Майдані». На жаль ми не можемо похвалитись цим у сфері кінематографії і це було не вигідно робити, так як ніхто не думав про наслідки.

Можливо, другий пункт з перелічених мною вище, не міг бути передбаченим. Але можна згадати конфлікт за острів Тузла 2004 року. Згадати окупацію росією Грузію чи дві війни у Чечні, Якщо тверезо проаналізувати це все, то можна було дійти висновку, що і до нас черга дійде.

Щодо третього пункту. Хотіла б навести приклади серіалів, на яких виросло ціле покоління українців і в яких відверто принижується наша країна, формується культ величі російської армії.

Так, 2011 року на одному з телеканалів з самого ранку стартує «счастливы вместе» та «папины дочки». Повертаючись зі школи чи універу, одразу запускаються «кадеты» та «воронины», а на вечір заготовлені нові серії «папины дочки» і це лише Новий канал.

Звернемося до щоденної програми каналу ICTV: вранці, пообіді та ввечері всі переглядатимуть «наша раша». І таку програму можна було зустріти практично на кожному українському каналі.

Тож, що саме в цих серіалах впливало на нашу свідомість.

4.2 Аналіз матеріалу телесеріалів

Почну з усіма відомого серіалу "Солдати" - російський комедійний телесеріал. Виробники - телекомпанія "РЕН ТВ" та продюсерський центр "Леан-М".

Зараз важко усвідомити той факт, що ми дивились серіал про російську армію і захоплювались їм, але це була чудова піар компанія ВС РФ. Саме цей серіал був пропагандою того, як престижно служити у російській армії, а найголовніший факт цього серіалу, що там навчаються всі національності, що перебувають в РФ.

Тобто в серіалі просувався наратив про єдину та дружню армію, хоча в серіалі явно принижували інші національності, але їх все одно "любили" бо вони всі "наші". Доречі, серіал було заборонено у 2014 році, саме тоді, коли росія почала збройну агресію проти України.

Якщо аналізувати серіал більш детально, то можна дізнатися, що головний герой, прапорщик Шматко, є з Донецьку (він сам про це говорить.).

Згодом було випущено серіал про цього героя, де більш детально було розкрито поведінку Шматка, прізвисько якого «прапорщик ё-маё». Достатньо перегляду хоча б однієї серії, для розуміння всієї картини виставлення українців.

Перша сцена, яка розкриває цей образ, це коли Шматко тільки що вийшов з поїзда, посварився з чоловіком, після чого зробив висновок, що він або з Харкова або з Херсону.

В іншій сцені нам показують українців, які мешкають в Одесі: вони постійно сваряться та трішечки туповаті. Далі Шматко постійно в діалогах натякає, що мовляв бардак тут развели - "Потому что хозяев в Одессе нет, вот приехал Шматко на историческую родину и все будет нормально, сделаем тут порядок" Він постійно ностальгує за ссср,, обурений, що рублями не можна розрахуватися і взагалі, коли він тут ріс було дуже добре.

Повернемося до серіалу «солдати». Тут можна побачити ще одну цікаву сцену: солдати говорять про вірогідність вступу України в НАТО і сприймають це саме як жарт.

Наступний та не менш яскравий приклад серіалу, це “Кадетство” - російський телесеріал у жанрі драмеді виробництва продюсерської компанії "Кіноконстанта", що розповідає про повсякденне життя вихованців Суворовського училища.. Вмикаючи серіал ми одразу бачимо рекламу срер. Наступне та найголовніше посилання та заклик цього серіалу - агітація вступу у ряди російської армії. Основним персонажем у серіалі є курсант макаров, якого спершу виставили як безнадійну дитину який тільки що і робить це потрапляє в поліцію, але його відправляють бути кадетом суворовського училища. Та врешті решт пройшовши через усі ситуації, через дружбу, зради, бійки та навчання макаров стає «настоящим мужчиной». Доречі продюсером цього серіалу був укрвінець Олександр Роднянський, якій успішно працював роками в росії створюючи пропагандистський продукт в якому принижувалась Україна та зміцнювалася віра в сили російської армії.

Наступний приклад серіалу це “Папини дочки” - російський комедійний телесеріал виробництва компаній «Кіноконстанта» 2007р. На перший погляд цей серіал не викликає жодного почуття приниження чи пропаганди, але навіть в такому безневинному продукті є один нарратив і це персонаж Тамара. Це другорядний персонаж який грає роль розважати людей, і саме цей персонаж є з України, а точніше з Харкова. Вона є секретаркою головного героя Васнецова, постійно запізнюється є алкоголічкою та дивачкою.

Але в одному епізоді цей абсурд набирає величезних розгортів. Серія починається з того, що Тамар вривається в кабінет шефа і заявляє, що її знайшла міграційна служба, і що перебування її є нелегальним. У діалозі Тамари з шефом лунає дві ключові фрази. Перша це питання Васнецова - ”и что нам теперь перенести офис НА Украину?” де росіяни допускають стандартну помилку у мовлення, інша фраза Тамари - “я всегда мечтала о двух вещах, о свадьбе и российском гражданстве”, що зовсім ставить у глухий кут. Через цей факт вона шантажує Васніцова, як це звісно роблять , на думку росіян., типові українці. Після цього Васніцов з товаришем говорить , що «Тамара это полное дно» зайвим разом принижуючи

українців. У результаті Тамара добивається свого та у день весілля приходить одягнена, як наречена, що додає їй ще більше недолугості, бо домовлялись вони лише про розпис. Більше того, Тамара кличе всіх своїх родичів, які мають типовий вигляд якогось села на росії та ніяк не мешканців Харкова. Якби це був лише образ родичів, але ці герої були типовими представниками якоїсь провінції ще й постійно розмовляючи російськими приказками.

Впродовж серії режисери всіляко показують недолугість, хамство та нахабство цих псевдо українських героїв. На кінці епізоду родина Тамари приїжджає до Васніцова, де вони починають хазяйнувати та хамити дівчатам. Роздаючи вказівки донькам Васніцова, один з героїв каже щоб пішли та нагріли йому воду, начебто одяг прати, на що отримує відповідь - “у нас вообще то есть горячая вода, и стиральная машина, слышали о таком?”. Далі ми чуємо такі фрази:



І фіналом стає те, що українці провокують конфлікти, демонструють агресивність, лізуть битись і намагаються у росіян відібрати те, що їхнє. Згодом цей “український” дід зі словами - “если я теперь их дед, то и воспитывать я их по дедовски буду” знімає ремень та летить на дівчат, якого вся сім'я зупиняє. Та підсумковою фразою однієї з дочок стає, - “если бы не вы я бы не знала, что делать”, що цілком та віддзеркалює ситуацію в головах росіян нині. Автором ідеї цього серіалу був також Олександр Роднянський.

Одним з найкультовіш серіалів України та Росії був "Моя прекрасна няня" - російський комедійний телесеріал виробництва "Амедіа" 2004р., який дуже довго не зникав з екранів українського телебачення. Навіть після

введення на телебаченні квот на українську мову ,показ було продовжено після оплати дубляжу.

Почну з того, що це не оригінальний продукт росіян , а адаптація американського серіалу “The Nanny”, адаптований в 34 країнах, серед переліку яких є Чехія ,Німеччина та Польща, але в Україну потрапила російська версія, де вперше няня є громадянкою іншої країни. Головна героїня серіалу, няня Віка є уродженкою Маріуполя та зроблено це, скоріш за все не просто так, як мінімум деякі українські та російські діти думали, що Маріуполь це російське місто. Наступний пункт якій був вигідний для росіян, що з української героїні можна більше глимувати та сміятися. В оригінальній версії серіалу няня була єврейкою і там обжартовували саме це, але робили це максимально елегантно. В російській версії все зробили так як потрібно саме їм. Там будь яка поведінка української героїні вІкликала лише зневажливі насмішки адже вона далеко не рівня масковскої еліті. Є одна серія де показується яскравий приклад того, що Віка є не того рівня. Вона мала провести вечірку ,куди збереться весь бомонд, та щоб не зганьбитися на всю москву Шаталін та його помічник вирішили навчити Віку. Замість (г) говорити (г), замість (шо), (что), змінити зачіску, одяг, манеру сміятись, їсти і розмовляти та взагалі відучити від всіх провінційних повадок. Але на жаль це не лише одна серія, Вікторія продовж всього серіалу згадує про Маріуполь та виставляє його у не найкращому світлі. Всі її родичі дивні та туповаті, з різних куточків України та Росії. Сценаристи не втомлювались постійно принижувати Маріуполь і формувати з нього образ бандитського міста. І взагалі всі негативні персонажі є з України, якийсь бандит з Маріуполя, однокласниця Віки яка працює медсестрою і нічого не тямить в роботі, дивувата подружка Віки з Харкова, та взагалі лунає фраза від росіянина який мріє ніколи не опинитись в Маріуполі. Та коли Віка опиняється в квартирі з тарганами, вона каже, що почувається себе як вдома, я в Маріуполі. В серіалі немає жодного адекватного українця, навіть жодної позитивної асоціації про Україну.

Росіяни мають асоціацію про Україну всюди де можна. Ось один приклад епізодів з американської та російської версії. Одна з дочок головного героя спілкується з своїм хлопцем де вона дає відповідь на питання. В американській версії відповідь пов'язана з відомим американським серіалом «Friends» , а в російській з Україною.



Однією з цікавих деталей вважаємо те, що режисером - постановником серіалу є Олексій Керющенко, той самий який знімав «Воронины» і український серіал «Слуга народу». Сам він українець ,народився в Харкові і який самотужки принижував свій народ.

ВИСНОВКИ

Вперше як масове явище пропаганда з'являється в 20 ст., оскільки саме в від цього періоду все більше залежить перемога певного політика чи політичної сили від підтримки та симпатій більшості населення. Також історія 20 століття, а саме ідеологія нацизму та антисемітизму, дає нам уявлення про те, як як опозицію «ми» – «інші» можна використовувати в пропаганді. На цьому етапі як питання пропаганди, так і питання опозиції образи «ми» (я) – «вони» (інші) активно досліджуються з точки зору

такого такі дисципліни, як: політологія, психологія, соціологія, культурологія Проблеми пропаганда, інформаційна війна та маніпулювання інформацією аналітичні та публіцистичні матеріали. За Україну як країну, проти якої інформаційну війну веде Російська Федерація, ця тема особливо актуально, оскільки найвищий рівень знань про адвокаційні стратегії, основні наративи та пропагандистські канали можуть допомогти створити стійкість до шкідливого інформаційного впливу та формують прогноз подальших дій країни-агресора. Незважаючи на те, потрібно розуміти, що інформаційний вплив може бути не тільки пропагандистські, але також, наприклад, належать більше до «м'якої сили» або бути поєднанням першого та другого і транслюватися не лише такими засобами ЗМІ, не тільки телебачення чи газети, а й фільми, серіали, музика тощо.

Механізми пропаганди дуже різноманітні і включають: руйнування 4-ї стіни, акцентування уваги на єдності країни, демонізація ворога чи його лідера, прославлення та підвищення іміджу власного лідера, використання іміджів історичних осіб з метою легітимізації дій нинішнього лідера, використання іміджу солдат, який долає перешкоди, акцент на емоціях радості перемоги, акцент на динаміка і масштаб об'єднання, висміювання ворога, гротескно-загрозливий натяки на те, що несе з собою ворожа сторона, приниження ворога, використання елементи мультфільму або абстракції для зменшення та нормалізації насильство, зображуючи себе жертвою.

Усі ці прийоми зображення українців можна поєднувати між собою і створити гібридні версії, такі як жорстокі та радикальні та водночас первісні жителі периферії Російської імперії. важливо розуміти, що всі ці повідомлення є антиукраїнськими, створюють хибну та маніпулятивний образ України та українців дозволяє легітимізувати анексію Українські території або формують на міжнародній арені уявлення про Україна як історична територія Росії або неспроможна до незалежності існування держави. Тому це дослідження та подальші розробки в цьому напрямки є надзвичайно актуальними та важливими, оскільки оновлюють загрозу російському культурному продукту, зокрема кіно, дозволяють зрозуміти, які нові повідомлення з'являються в пропаганді країни-агресора, що продовжувати існувати, з якою метою та на яких платформах їх побудова та поширення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Баранник Д. Х. Актуальні проблеми дослідження мови масової інформації / Д. Х. Баранник // Мовознавство. – 2021. – с. 13–17.

2. Бабкіна О. В., Горбатенко В. П. Політологія / посібник К.: ВЦ, 2019.- 568 с.

3. Балабін В. В. Концептуальні засади захисту системи інформаційно-аналітичного забезпечення завдань інформаційної боротьби як складової воєнної безпеки / В.В. Балабін, І.В. Замаруєва, І.В. Пампуха

// Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка. Військовоспеціальні науки, №22, 2009. – С. 30-33.

4. Голуб О. Методи впливу пропаганди та протидія їм. Інститут Масової Інформації. 2019. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/metody-vplyvu-propagandy-ta-protydiya-nym-i30638>

5. Габор Н. М. Постмодернізм-Постжурналізм-Постреальність [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.mediaeco.franko.lviv.ua/>, 2019 – с. 45

6. Столяренко О. Б.

Психологія особистості. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 280 с.

ISBN 978-611-

7. Дуцик Д.С. Політична журналістика / Д. Дуцик. – К. : Вид. дім „Києво-Могилянська академія”, 2005. – 138 с.

8. Демідова А.А., Ярова А.Б. Засоби масової інформації як “четверта неформальна гілка публічної влади” / А.А. Демідова, А.Б. Ярова // Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції “Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки” (30 жовтня 2017 р.). – Полтава: РВВ ПДАА, 2020. – С. 33-34.

9. Єгоров В. В. Телебачення. Сторінки історії / В. В. Єгоров. – М., 2020. - 12–25 с.

10. Зражевська Н. І. Масова комунікація і культура: Лекції / Зражевська Н. І. – Черкаси : Брама – Україна, 2019. – 172 с.

11. Іванченко І. С. Забезпечення інформаційної безпеки держави / І.С. Іванченко, В.О. Хорошко, Ю.Є. Хохлачова, Д.В. Чирков. – К.: ПВП «Задруга», 2019. – 170 с.

12. Кожина М. Н. Комунікативна лінгвістика кіно та ЗМІ: підручник / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаєва, В. А. Салимовський. – К. : Флінта: Наука, 2019. – 464 с. 13. Куляс І.В. Як розпізнати пропаганду у ЗМІ/ навч. Посібник - К.: Вівент, 2019. – с. 240

14. Левицький В. Пропаганда у сучасному російському кінематографі / Владислав Левицький // НАУКОВІ ЗАПИСКИ НАУКМА. – Том 191. 2017. – С. 29 – 32.

15. Мак-Квейл, Теорія масової комунікації // Деніс Мак-Квейл [перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків]. — Львів : Літопис, 2020 – с. 56

16. Московцева В. В. Типологія друкованих засобів масової інформації / В.В. Московцева. – З.: ЗДУ, 2021. – 44 с
17. Нелюба А. М. Теорія і практика комунікативної лінгвістики / А. М. Нелюба. – Х. : Акта, 2020. – 192 с.
18. Нусінов, В. Я., and А. Б. Ярова. "Корпоративна соціальна відповідальність: становлення та розвиток в Україні." Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки 5 (2) (2020): с. 208- 210.
19. Нусінов В.Я., Ярова А.Б. Соціальна відповідальність бізнесу: передумови становлення та розвиток в Україні / В.Я. Нусінов, А.Б. Ярова // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України; Нац. гірн. ун-т. – Д.: НГУ, 2019. – Т. 1. – с. 306-309.
20. Оскар 2020: історична перемога "Паразитів", Бред Пітт і Хоакін Фенікс [Електронний ресурс] // BBC News. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-51440589>.
21. Онкович Г. В. Засоби масової комунікації у термінологічному просторі медіа-освіти / Г. В. Онкович // Дивослово. – 2020. – № 5. – С. 29–31.
22. Пилинський М. М. Взаємодія художнього і публіцистичного стилів української мови / М. М. Пилинський. – К. : «Наукова думка», 2021. – 216 с.
23. Політологічний енциклопедичний словник / уклад.: Л. М. Герасіна, В. Л. Погрібна, І. О. Поліщук та ін. За ред. М. П. Требіна. — Х. : Право, 2019 – с. 56-57
24. Певцов Г.В. Реалізація підходів інформаційної війни Російською Федерацією в сучасному інформаційному просторі України / Г.В. Певцов, С.В. Залкін, С.О. Сідченко, К.І. Хударковський, А.М. Гордієнко // Наука і техніка Повітряних Сил. – Х. : ХУПС. – 2014. – Вип. 2(15). – С. 10–13.
25. Смирнова М. Створення стереотипів засобами масової інформації в добу інформаційного суспільства [Електронний ресурс] / М. Смирнова // 15. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2019_15_11
26. Смирнова М. Створення стереотипів засобами масової інформації в добу інформаційного суспільства / М. Смирнова // Теле- та радіожурналістика. - 2016. - Вип. 15. - С. 63-67. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2016_15_11.

27.Рік у пошуку - 2021 [Електронний ресурс] // Google. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://trends.google.com/trends/yis/2021/UA/>. с. 56

28.МЕТОДИ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ ЗМІ

<http://balakliya-school2.edu.kh.ua/Files/downloads/Методи%20маніпулятивного%20впливу%20ЗМІ.doc>

29. Руснак І.С. Розвиток форм і способів ведення інформаційної боротьби на сучасному етапі / І.С. Руснак, В.М. Телелим // Наука і оборона. – 2000. – № 2. – С. 18–23.

30. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації) : монографія / О. А. Стишов. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2019. – 388 с.

31.Славін Б. Ф. Росія в пошуках ідеології і моделі розвитку // Соціально-гуманітарні знання. 2020. №4. с. 3 - 7.

32.Медіа лінгвістика: Словник термінів і понять / [за ред. проф. Л.І. Шевченко]. - К.: ВПЦ «Київський університет», 2013. - 240 с.

33. Чуранова О. Пропаганда війни в українських та російських ЗМІ. Комунікаційний діапазон медіадосліджень. с. 169–170.

34.Шпан С. Як російська дезінформація впливає на громадськість [Електронний ресурс] / Сюзанне Шпан // Вокс Україна. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://voxukraine.org/yak-rosijska-dezinformatsiyavplivaye-na-gromadskist/>. – с. 90

35.Штогрін І. «Ядерна війна проти розуму»: як російська дезінформація і пропаганда діє проти України, НАТО і Заходу? [Електронний ресурс] - с. 56 36.Штогрін І.Р. // Радіо Свобода. – 2021. – Режим доступу до ресурсу:<https://www.radiosvoboda.org/a/protydiyarosiy%CA%B9kiypropahandi-dezinformatsiyi/31357962.html>.- с. 23

37.Феклістов А.О. Сучасні погляди на місце інформаційних операцій в системах інформаційної боротьби / А.О. Феклістов // Системи озброєння та військова техніка. – 2010. – № 2(22). – С. 25–27.

38. TEXTY.ORG.UA. Як відрізнити справжні новини від брехні, маніпуляцій і напівправди. Інструкція. 2018. URL: https://texty.org.ua/articles/85998/Jak_vidriznaty_spravzhni_novyny_vid_brehn_i_manipulacij-85998/ - с. 34

39. Україна в інформаційному просторі Росії та Білорусі: основні наративи [Електронний ресурс] // Інститут масової інформації. – 2020. –

Режим доступу до ресурсу: <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayina-informatsijnomu-prostori-rosiyi-ta-bilorusi-osnovni-naratyvy-i35175>. – с. 8

40. Lazarsfeld P. The People's Choice. How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign / P. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet. – New York: Columbia University Press, 2021. – 224 p

41. Pamment J. FROM SOFT TO SHARP: DEALING WITH DISINFORMATION AND INFLUENCE CAMPAIGNS [Електронний ресурс] / James Pamment // USC Center on Public Diplomacy (CPD). – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://usepublicdiplomacy.org/blog/soft-sharp-dealingdisinformation-and-influence-campaigns>, с. 78

42. Youtube 2021. Що дивилися Україні на YouTube в 2021 році [Електронний ресурс] // Google. Офіційний блог. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://ukraine.googleblog.com/>.

43. Бондар Ю. Свобода слова: українська мірка; Кормич Б. Інформаційна безпека: організаційно-правові основи (обидві – К., 2004).

44. TEXTY.ORG.UA. Як протидіяти поширенню дезінформації в медіа і соцмережах? Конспект дискусії

https://texty.org.ua/articles/91380/Jak_protidyjaty_poshyrennu_dezinformaciji_v_media_i-91380/

45. Дискредитація – що це означає і чому зараз так актуально <https://mojaosvita.com.ua/osvita-2/diskreditaciya-shho-ce-oznachaye-i-chomu-zaraz-tak-aktualno/>

46. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2019 No 39 том 3 http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v39/part_3/30.pdf

47. ^[1]_[SEP] «Как победит Россию в войне будущего» Владимира Горбулина.

https://rus.lb.ua/culture/2020/11/02/469541_kak_pobedit_rossiyu_voyne.html

48. Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни: погляд від волонтера до науковця К., 2018

49. Парахонський Б., Яворська Г., 2019, С.2

50. <https://www.ukrmilitary.com/2017/05/experience-received-by-the-armed-forces-of-the-armed-forces-of-ukraine.html?m=1>

51. ЦИВІЛІЗАЦІЙНА ІДЕНТИЧНІСТЬ УКРАЇНСТВА: ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ.; Київ, НАН України, 2022.-512

52. Дем'яненко, Б. Л. Феномен малоросійства у вітчизняному інтелектуальному дискурсі / Б. Л. Дем'яненко, В. М. Дем'яненко // Наукові записки з української історії : зб. наук. ст. – 2019. – Вип. 45. – С. 104-114. – Бібліогр.: 22 назви.